LETENYEI LÁSZLÓ

CERCETARE LOCALĂ

GHID METODOLOGIC

Cu texte originale de la:
José Luis Molina și Sorin Adam Matei

PRESA UNIVERSITARĂ CLUJEANĂ

LETENYEI LÁSZLÓ

CERCETARE LOCALĂ

GHID METODOLOGIC

Cu texte originale de la:

José Luis Molina şi Sorin Adam Matei

LETENYEI LÁSZLÓ

CERCETARE LOCALĂ

GHID METODOLOGIC

Cu texte originale de la:

José Luis Molina şi Sorin Adam Matei

PRESA UNIVERSITARĂ CLUJEANĂ

2015

Referenți științifici:

Prof. dr. Szántó Zoltán

Conf. dr. Sorin Adam Matei

ISBN 978-973-595-825-1

© 2015 Autorul volumului. Toate drepturile rezervate. Reproducerea integrală sau parțială a textului, prin orice mijloace, fără acordul autorului, este interzisă și se pedepsește conform legii.

Universitatea Babeș-Bolyai
Presa Universitară Clujeană
Director: Codruța Săcelean
Str. Hasdeu nr. 51
400371 Cluj-Napoca, România
Tel./Fax: (+40)-264-597.401
E-mail: editura@editura.ubbcluj.ro
http://www.editura.ubbcluj.ro/

I. Introducere

Cercetarea de teren
Cercetarea teritorială şi a aşezărilor umane ca o știință aplicată
Cui i se adresează cartea?
Umplerea lacunelor
Despre simplificare
Structura cărţii
Capitolele cărţii

Cercetarea de teren

S-ar putea ca cititorului să-i pară familiară situaţia în care soseşte într-un loc despre care nu are suficiente informaţii anterioare, nu ştie exact care sunt problemele locale cele mai importante, ştie doar că el va trebui să dea un răspuns la acestea, în condiţiile în care nu dispune de timp suficient, iar mijloacele materiale îi sunt limitate. Această situaţie de bază apare de fiecare dată, când dorim să dezvăluim viaţa unei aşezări umane, sau a unei întinderi cu scop ştiinţific, sau aplicativ. Chiar şi atunci când este vorba de împrejurimile propriului nostru spaţiu locativ - deşi cunoaştem deja unele statistici care se referă la zona respectivă - întotdeauna vom dispune de mai puţine informaţii anterioare, decât am avea nevoie pentru a da răspuns la problemele ce pot apărea ulterior. La începutul cercetării noastre nu putem şti cu precizie, care vor fi întrebările care necesită atenţia şi sensibilitatea noastră maximă, care vor fi, deci, temele cele mai importante ale cercetării noastre. Sursele materiale şi timpul alocat cercetării se vor dovedi a fi insuficiente de fiecare dată, indiferent dacă este vorba de o cercetare cu scop ştiinţific planificată pe mai mulţi ani, sau doar pe câteva săptămâni. Acest volum doreşte să fie de folos în astfel de situaţii.

Prin ,,teren" – în interpretarea prezentului volum – se va înţelege o aşezare umană, ori un ţinut, regiune, teritoriu, întindere. Practica contemporană europeană face diferenţă între profesiile de dezvoltare *a aşezărilor, teritoriilor şi provinciilor*, respectiv între specialiştii care se ocupă cu *sistematizare şi dezvoltare*. În zilele noastre, instituţionalizarea acestor profesii şi domenii de specialitate este un proces în plină desfăşurare. Totuşi, la derularea unei cercetări sociale, între diferitele profesii de sistematizare şi dezvoltare nu se înregistrează diferenţe; aceleaşi tehnici de culegere de date şi procesare trebuie aplicate atât în cazul teritoriilor, cât şi a aşezărilor umane. Mai bine spus, metodele aplicate trebuie modificate puţin de fiecare dată, dar aceasta este o problemă specifică terenului şi nu profesiei. Metodele prezentate în acest volum pot fi aplicate şi în alte cazuri, de exemplu, în cercetarea unei părţi a aşezării, a unei subculturi, sau a unei instituţii.

Există nenumărate metode pentru cunoaşterea terenului. În volumul nostru, din considerente de întindere, nu putem să le prezentăm pe toate, dorim doar să prezentăm câteva tehnici de colectare de date din domeniul antropologiei, sociologiei, socio-geografiei şi a ştiinţelor economice. Fără îndoială, alegerea acestor metode poate fi discutabilă, dincolo de tehnicile prezentate există alte metode pe care le-am putea include. În alegerea tehnicilor prezentate m-am bazat pe experienţele mele personale din domeniul dezvoltării aşezărilor umane, conform cărora se pot dezvălui şi pot fi răspunse relativ rapid, eficient şi cu încredere temele cele mai importante ale cercetării.

Cercetarea teritorială şi aşezărilor umane ca o ştiinţă aplicată

Anterior, de cunoaşterea vieţii unei regiuni, sau a unei aşezări au fost interesaţi doar unii sociologi pasionaţi. Deşi rezultatele cercetărilor din domeniul sociologiei urbane sau rurale, a etnografiei, antropologiei, ori a sociografiei, au fost cunoscute de un public larg, acestea doar rareori au fost eficiente într-un mod direct, deci cercetările respective nu au fost cercetări aplicate.

În zilele noastre, părerea localnicilor – dialogul şi acordul social – joacă un rol din ce în ce mai important în luarea deciziilor care se referă la viitorul unei aşezări, sau a unei întinderi mici. Se pune, însă, problema eternă, cum anume pot fi dezvăluite părerile locale. Metodele tradiţionale – ca, de exemplu, forumul pentru populaţie, sau seriile de interviuri – sunt insuficiente în practică pentru includerea populaţiei în procesul planificării, respectiv pentru cunoaşterea părerilor lor reale. Pentru descoperirea şi procesarea datelor avem nevoie deci, de metode noi, mai eficiente. Cercetătorii din partea Europei în care trăim se află într-o situaţie relativ uşoară: fiind cu decenii în urmă faţă de ţările dezvoltate în domeniul punerii bazelor sociologice de planificare a aşezărilor şi a teritoriilor, este uşor, deci, să preluăm metodele respective, să învăţăm de la alţii, şi nu suntem nevoiţi să inventăm neapărat noi căi de abordare. Acest manual prezintă metode sociologice care pot părea noutăţi, totuşi, în cercetarea aşezărilor şi a teritoriilor, acestea sunt deja de mult aplicate cu succes în alte ţări.

Cui i se adresează cartea?

La redactarea acestui volum, în primul rând, i-am luat în considerare pe *specialiştii* din domeniul dezvoltării aşezărilor şi a teritoriilor. Prin urmare, în prezentarea unor metode, am luat în considerare un interval de timp scurt, iar tehnicile prezentate se leagă de anumite probleme de sistematizare/dezvoltare a aşezărilor şi a întinderilor. Unele metode însă – independent de exemplele cu caracter aplicativ – pot fi întrebuinţate nu doar cu ocazia cercetării aplicate, dar şi în cazul cercetărilor de lungă durată, cu caracter mai puţin practic. Sperăm, că acest manual, care se inspiră din mai multe discipline, să fie de folos şi oamenilor de ştiinţă.

Este probabil, însă, că cei mai numeroşi cititori ai manualului vor fi *studenţii* profilului de sociologie sau urbanistică, cărora li se recomandă, sau le este obligatoriu să citească manualul.

Rezumând raţionamentul, recomand, deci, manualul în primul rând *studenţilor* şi *cercetătorilor* în sociologie, respectiv *specialiştilor ,,urbanişti"* care lucrează în domeniul dezvoltării, a sistematizării şi a reglementării aşezărilor, teritoriilor.

Umplerea lacunelor

Când am ales metodele care vor fi prezentate, un criteriu important de selecţie a fost să scriem despre acele metode a căror aplicaţie în practică nu are încă o literatură orientativă în Ungaria.

În momentul prezentării unor metode, am pornit de la premisa, că cititorul încă nu a mai putut să citească despre metodologia respectivă. Deşi este o practică care există de mult, totuşi lipseşte încă, un ghid orientativ despre metodologia de redactarea unei *hărţi mentale,* sau a *analizei de reţea personală*; în aceste domenii dorim să oferim o prezentare cât mai amplă pornind de la baze. Referitor la alte metode există, deja, unele manuale, dar acestea, datorită unei alte viziuni asupra problemei, sau a faptului că nu au un caracter practic, sunt greu de folosit în cercetarea aplicată.

Deşi, în general vorbind, literatura de specialitate în etnografie – antropologie şi marketing este considerabilă, încă nu există un ghid practic referitor la *observaţia participativă* şi lipseşte, de asemenea, de pe piaţă şi o lucrare care să prezinte în profunzime adecvată cercetările cu *focus-grup.* În zilele noastre, ambele metode de cercetare sunt însuşite de cercetători în timpul practicii, deoarece în timpul instruirii universitare cunoaşterea metodologiei pierde în favoarea predării predominante a teoriei şi a cunoştinţelor ştiinţifice. Capitolele se referă adesea la literatura de specialitate, care există, deja, în limba maghiară şi sunt dezvoltate pe baza acestora; literatura de specialitate existentă este redată în capitolul IX. Literatura recomandată.

În fine, există subiecte despre care găsim manuale foarte bune în limba română. De exemplu, despre metoda chestionarelor, lucrarea lui *Earl Babbie* (1965, 1995), iar despre predarea rezultatelor unei cercetări, cartea lui *Katalin Szabó* (2001) poate fi un important punct de plecare; în aceste cazuri acest volum doreşte doar să completeze cele prezentate în alte lucrări. Cunoaşterea literaturii recomandate este necesară pentru înţelegerea exactă a celor prezentate în acest manual.

Despre simplificare

Dacă privim lucrurile din diverse perspective, ele par deseori diferite. Văzut dintr-un punct mai îndepărtat al sistemului solar, Pământul este un glob. Examinându-l de pe Lună este o planetă colorată, iar dacă ne uităm pe fereastra unui avion vedem o suprafaţă accidentată. Dacă îi întrebăm pe oameni, ce părere au despre Pământ, cei mai mulţi vor vorbi despre problemele sociale şi cele ale mediului înconjurător, şi puţini (sau poate nimeni), vor spune că Pământul e un glob colorat cu suprafaţa accidentată.

Acest volum îşi propune, ca bazându-se pe diverse ramuri ştiinţifice, să întocmească o metodologie aparent unitară, cu aplicarea căreia se poate pătrunde viaţa aşezărilor umane şi a întinderilor. Trecând cu vederea peste faptul că şi alte tehnici de culegere de date şi de procesare ar mai putea fi incluse în volum, se poate înţelege faptul, că până şi în cazul tratării metodelor ce urmează a fi prezentate, cadrele teoretice şi considerentele metodologice ale acestora sunt prezentate doar în esenţă. Se înţelege, dacă mulţi cititori vor considera, că unele teme ar fi trebuit prezentate mai pe larg şi din perspectiva fiecărui profil de specialitate, toate capitolele ar trebui completate. Este foarte probabil ca în momentul în care un psiholog va parcurge sinteza despre abordarea constructivistă, făcută doar într-un *paragraf,* sau un etnograf va citi rezumatul de *o pagină jumătate* însumând un deceniu şi jumătate din antropologia culturală, va gândi ceva de genul „hm, lucrurile, totuşi, sunt puţin mai complicate". La redactarea manualului am aplicat însă o abordare tocmai opusă: întrebarea de bază a fost găsirea modului în care să prezint cât mai simplu problemele de fond ale diferitelor ramuri ştiinţifice, cu scopul ca specialiştii diferitelor discipline să fie în măsură să-şi însuşească şi să prelucreze toate metodele.

Una dintre ideile principale ale acestui manual este că viaţa de zi cu zi nu ia în considerare limitele, graniţele disciplinelor. Datorită acestui lucru, pentru cunoaşterea vieţii unei aşezări, sau a unei întinderi, este necesară o viziune sociologică interdisciplinară. Ca specialist în practică, ştiu din experienţă, că o cercetare a unei aşezări, care se bazează pe practică şi o viziune interdisciplinară, efectuată la un nivel mediocru, aduce rezultate care pot fi utilizate mai bine, decât o cercetare remarcabilă, care rămâne, însă, în limitele propriei discipline de specialitate. Conceptul de interdisciplinaritate necesită o oarecare distanţare de fiecare disciplină, de limbajul acestora şi de propriile lor interpretări. Datorită necesităţii unui „limbaj comun", a trebuit să renunţ la termenii tehnici specifici fiecărei ştiinţe şi la folosirea retoricilor de resort, acest lucru permiţându-mi, însă, să prezint în cel mai simplu mod posibil unele tehnici de metodologie şi reflectări referitoare la problemele teoretice.

Structura cărţii

În acest manual metodele de cercetare sunt introduse cu câte un capitol într-un limbaj uşor de înţeles, fiecare fiind completat - texte în chenar - cu pasaje şi recenzii luate de la alţi autori.

Capitolele acestui manual trec în revistă, pe scurt şi în mod practic, bazele teoretice ale metodelor sociologice, cele mai importante probleme de teorie şi practică şi paşii punerii în

practică a acestora. Problemele şi exerciţiile de control se găsesc la sfârşitul manualului. Deşi există destule exemple internaţionale, am încercat să prezentăm în fiecare caz exemple şi studii de caz efectuate mai ales în Ungaria. Sperăm, ca urmând punctele capitolelor, un cercetător cu nişte cunoştinţe de bază, conform metodologiei date, să poată efectua o cercetare de „probă". Însă, aceste îndrumări scurte prezintă deseori într-un mod prea simplificat unele probleme de bază ale unor tehnici. Fără îndoială, cine doreşte să şi aplice aceste metode în practică şi nu doar să le încerce, acela va trebui să înveţe din propriile sale greşeli şi să se adâncească în literatura de specialitate.

Perfecţionarea pe cale autodidactă este facilitată de trecerea în revistă a literaturii de specialitate şi a recomandărilor de cărţi de la sfârşitul manualului. Având în vedere timpul limitat al specialiştilor de dezvoltare a aşezărilor, în loc să prezentăm toată literatura de specialitate, am selectat cele mai practice şi utile texte şi pagini de Internet. Despre unele volume şi pagini oferim şi o scurtă prezentare pentru facilitarea găsirii şi alegerii textului potrivit.

Capitolele cărţii

I. Investigaţie sociologică
Primul capitol al manualului îşi propune să definească cazurile în care într-o aşezare, sau întindere mică este indicat efectuarea un studiu de specialitate de bază cu caracter sociologic, respectiv să puncteze rolul pe care metodele prezentate îl au pe parcurs în fundamentarea concepţiilor de dezvoltare a aşezărilor.

II. Îmbinarea tehnicilor de cercetare cantitativă și calitativă
Cel de-al doilea capitol al manualului se adresează, în special, sociologilor care sunt instruiţi în însuşirea metodologiei cantitative. Capitolul atrage atenţia asupra faptului că între cele două abordări, curente majore de cercetare, nu se pot face diferenţieri calitative; pentru cunoaşterea unei societăţi locale este nevoie de aplicarea simultană a ambelor tehnici de cercetare.

III. Observaţia participativă
Observaţia participativă este metodologia cea mai cunoscută şi cea mai frecvent folosită în antropologia culturală. Această metodă - la începuturi - a fost folosită pentru cunoaşterea unor societăţi despre care cercetătorii „nu au ştiut mai nimic". Antropologia – printre multe altele - ne învaţă, că este bine să admirăm multe particularităţi ale societăţii noastre contemporane de parcă nu am şti nimic despre ele. Observaţia participativă o recomand, în primul rând, unor cercetători sensibili, care consideră că problemele majore ale societăţii şi problemele minore ale oamenilor de rând sunt la fel de importante.

IV. Interviul cu focus-grup
Este metoda la modă - în primul rând - în domeniul publicităţii, care datorită problemelor legate de metodologia sa, este rar folosit în cercetări sociologice. În timpul cercetării oamenii care „reprezintă" grupul de ţintă (ei sunt focus-grupul) se aşează în jurul unei mese, iar un cercetător, aşa-numit moderator, pune nişte întrebări. Pe parcursul cercetării ies la iveală nu doar răspunsurile întrebărilor, ci şi motivul acestora. Reacţiile spontane ale participanţilor la cercetare, pot constitui şi ele informaţii importante.

V. Interviul, chestionarul şi culegerea bazelor de date – într-un mod apropiat terenului
Acest manual nu şi-a propus să dea o îndrumare la fel de amănunţită, ca şi în cazul celorlalte tehnici de cercetare, despre luarea unui interviu, redactarea chestionarelor, luarea unei mostre, sau despre metodologia prelucrării datelor.

Cel de-al cincilea capitol doreşte să fie mai mult o completare, cu scopul de a prezenta modul în care putem efectua interviuri, alcătui chestionare în împrejurările specifice cercetării pe teren. Aceste completări sunt eficiente pentru specialiştii, care posedă, deja, experienţe în aplicarea acestor trei metode frecvent utilizate. Pentru a putea progresa, studenţii şi cercetătorii cu mai puţină experienţă au la dispoziţie literatura recomandată.

VI. Redactarea hărţii mentale

Când auzim cuvântul hartă, de obicei ne gândim la desenul care reprezintă o parte din suprafaţa Pământului redată la dimensiuni reduse. Dacă auzim însă de harta medievală, atunci ne aducem aminte de desene greu de descifrat unde desenatorul prezintă ,,fidel" portrete cu monstrul apelor şi tătarii cu cap de câine. Asemănător acesteia din urmă este harta mentală, care culege şi reprezintă toate cunoştinţele referitoare la o aşezare, sau întindere. Redactarea hărţii mentale, spre deosebire de celelalte metode, nu este o metodă de colectare de date, ci mai de grabă o metodă de procesare a datelor, respectiv tehnică de interpretare. Schiţarea hărţii (dacă facem aşa ceva) este doar o prezentare grafică a unei baze de date, ale cărei elemente pot fi culese în timpul cercetărilor cu ajutorul interviurilor, sau a chestionarelor.

VII. Analiza de reţea

Analiza de reţea este la modă în zilele noastre. În profesiile de dezvoltare a aşezărilor umane şi a teritoriilor, adesea se conturează cerinţa, ca diferitele unităţi mai mici (satele, microregiunile, şcolile, întreprinderile locale. etc.) să îşi rezolve propriile probleme organizându-se în *reţele*. Deşi avantajele sunt evidente, totuşi încă prea puţini cercetători fac cercetări cu caracter de reţea. Acest lucru are mai multe cauze: puţini sunt cei care se pricep la aceste proceduri de analiză, pentru procesarea datelor pe computer este nevoie de softuri noi, şi sunt puţine comenzile de acest gen. Acest capitol doreşte să fie de ajutor în această problematică.

Ca scriere în ramă prezentăm o parte din manualul lui *Jose Luis Molina* care trece în revistă aplicarea analizei de reţea.

VIII. Interpretare

Munca cercetătorului, însă, nu se termină cu prezentarea şi interpretarea datelor; el trebuie să predea cunoştinţele dobândite ordonatorului cercetării, adică Consiliului Local, sau asociaţiei micro-regionale. Ultimul capitol al manualului atrage atenţia asupra faptului, că informaţia care nu este înţeleasă, care nu este transmisă într-un mod adecvat, practic nici nu există. Acest capitol prezintă nişte îndrumări practice, care pot ajuta la utilizarea cercetării profesionale de sociologie. Pe parcursul interpretării un rol semnificativ le revin elementelor vizuale, cu caracter de imagine; acestui aspect îi conferă actualitate faptul, că culegerea şi transmiterea informaţiilor cu caracter de imagine devine din ce în ce mai uşoară în zilele noastre.

Autorul unui studiu sociologic trebuie să ia în considerare şi faptul, că din când în când propunerile lui vor fi chiar acceptate. Dacă propunerile vor fi mai mult decât nişte concepţii sociologice, de pe masa proiectantului ajung să fie puse în practică. În acest caz este indispensabil monitoring-ul, adică verificarea faptului, că propunerile îşi vor atinge într-adevăr scopul.

II. Îmbinarea tehnicilor de cercetare calitativă şi cantitativă

Introducere
Tehnici de cercetare pe o axă calitativă-cantitativă
Fidelitate şi validitate în sociologie
Caracteristici specifice terenului
şi comparabilitate în antropologie
Tehnici calitative-cantitative:
succesiune şi coordonare
Mersul cercetării aplicate pe teren

Texte în chenar:
Când să alegem tema de cercetare şi când să operaţionalizăm?

.

Introducere

O părere general răspândită este că există două tehnici de cercetare sociologică, respectiv două tradiţii în cercetare: una *calitativă* şi una *cantitativă*. În limbajul utilizat de breaslă, tehnici „slabe" şi „tari". Ele diferă mai ales prin faptul că una tinde spre autentificarea caracteristicilor *calitative,* pe când cealalta spre *cuantificare numerică.*

Mulţi sunt de acord, de asemenea, că un cercetător poate excela, de obicei, doar în una dintre aceste metode de cercetare. Unii sunt însă de părere, că împărţirea rigidă a tehnicilor de cercetare pe două grupuri este un lucru anormal. Problema este, mai degrabă, dacă întrebăm puţini, sau mulţi oameni, respectiv, dacă practicăm o metodă de recoltare de date structurată, sau nestructurată, adică dacă ştim, sau nu de la bun început, ce fel de date vom recolta.

Punctul de vedere al prezentei lucrări este că, deşi există două tradiţii de cercetare şi de predare, unii sociologi fiind adepţii unei anume direcţii de cercetare, pentru cunoaşterea vieţii unei comunităţi, sau întinderi, este nevoie de aplicarea concomitentă, simultană a tehnicilor calitative şi cantitative. Lumea societăţii pe care trebuie să o cunoaştem pentru elaborarea unui plan de dezvoltare teritorială, nu poate fi împărţită pe numere, presimţiri, ori date „tari" şi „slabe". Din această cauză, folosirea uneia dintre aceste două tehnici tradiţionale nu corespunde scopului nostru. Pentru a putea îmbina cele două tehnici nu avem nevoie de capacităţi speciale – după cum mulţi presupun –, ci doar de cunoștințe adecvate în domeniul diverselor tehnici de cercetare.

În zilele noastre, breasla de dezvoltare teritorială, incluzând şi atelierele de cercetare sociologică, se confruntă cu preponderenţa conceptelor cantitative. Această situaţie specifică a apărut din mai multe cauze. De exemplu, cursurile de *metodologie* în formarea sociologilor, au o tematică aproape exclusiv statistico-matematică. Se poate constata, de asemenea, şi faptul că, de la socialism încoace, abordarea din punctul de vedere tehnic al procesului de planificare-dezvoltare teritorială are un prestigiu mai mare. În acest capitol dorim să atragem atenţia, în primul rând, asupra neajunsurilor abordării pur cantitative şi asupra avantajului care rezultă din îmbinarea celor două tehnici. Atragem însă, încă odată, atenţia cititorului asupra faptului că, deşi criticile aduse abordării cantitative sunt unilaterale, totuşi această lucrare îndeamnă la folosirea echilibrată a tehnicilor calitative şi cantitative, fiind de părere, că nici una dintre aceste tehnici nu este mai „bună" sau mai „rea" decât cealaltă.

Scopul acestui capitol nu este să prezinte tehnicile de cercetare, sau problematica validităţii/exactităţii în totalitatea lor; în acest capitol dorim să prezentăm specialiştilor practicanți doar o imagine simplificată a acestora, care prin cunoaşterea elementelor de bază, pot să se angajeze în planificarea unor cercetări de cunoaştere a societăţii locale.

Tehnici de recoltare de date pe o axă calitativă-cantitativă

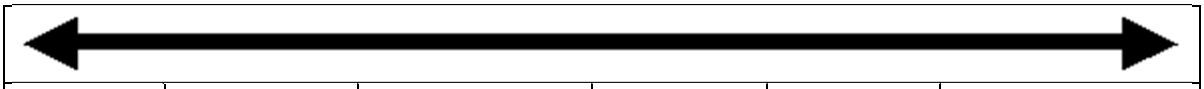
În acest capitol trecem în revistă tehnicile de culegere de date care pot fi folosite în cunoaşterea societăţii locale. Diferitele metode sunt considerate mai calitative, sau mai cantitative, conform următoarelor patru criterii:

1. Recoltarea de date este structurată, sau nestructurată, adică definim, sau nu, ce fel de date şi informaţii culegem?
2. Câţi subiecţi (oameni) pot fi contactaţi cu tehnica respectivă, vom avea date despre mulţi, sau puţini subiecţi?

3. Datele vor fi specifice numai zonei, putând fi interpretate doar în context local, sau vom obţine rezultatele cu caracter comparabil?
4. Cercetătorul însuşi cât este de apropiat, sau îndepărtat de teren?

Cu cât este mai nestructurată o cercetare cu atât este mai calitativă - pune întrebări de importanţă locală, conformându-se la teren. Cercetarea este executată chiar de cercetător, fapt ce demarcă astfel cercul indivizilor care pot oferi informaţii. (Cercetarea cantitativă este opusul acesteia) Această abordare îmbină perspectiva antropologică şi sociologică; în sociologie importanţa primelor două criterii, pe când în antropologie importanţa ultimelor două criterii este accentuată.

În viziunea mea, diferitele tehnici de recoltare pot fi plasate pe o axă continuă:



Observaţie	Observaţie participativă	Interviu nestructurat	Interviu structurat	Chestionar	Analiza datelor secundare

Fig 2.1. ***Tehnici de colectare pe o axă calitativă-cantitativă***

Tehnicile sociologice de culegere de date sunt toate, metode „tinere", prezentarea, definirea şi aplicarea lor în practică are un trecut de doar o sută de ani. Desigur, au existat oameni care cu multe secole în urmă au făcut deja anumite observaţii asupra unele culturi sau civilizaţii. Aceste observaţii, care au fost făcute fără metodologii, au fost chiar importante de multe ori, şi în sociologie, sau antroplogie multe dintre rezultatele acestora sunt considerate referinţe, chiar şi în zilele noastre. Să ne aducem aminte de corespondenţa unor exploratori: "*Se plimbă în pielea goală, aşa cum i-a lăsat Dumnezeu*" - notează Columb primele sale impresii despre băştinaşii Americii. "*Nu poartă arme deloc, de fapt nici nu le cunosc. Le-am arătat săbiile şi din neştiinţă le-au prins de tăiş, tăindu-se"*[1].

Fără îndoială, aceste reportaje au trezit interesul multor oameni şi pot constitui surse primare pentru mulţi cercetători. Este incontestabil, de asemenea, şi faptul că aceste corespondenţe nu au urmărit o cercetare metodică.

Observaţia participativă – faţă de cea prezentată - presupune, însă, variate constrângeri. Una dintre acestea este necesitatea ca cercetătorul să vadă lucrurile concomitetnt şi din exterior, şi din interior, adică să ,,trăiască" evenimentele, făcând parte din comunitatea locală, dar în acelaşi timp să aibă şi atitudinea unui om din afara ei, lăsându-se acaparat, uimit de ciudatele tradiţii locale. Un alt imperativ este ca cercetătorul să petreacă cât mai mult timp pe teren, să se raporteze la teren ca la o lume care trebuie „descoperită", atribuind mai puţină importanţă informaţiilor preliminare. În ciuda acestor constrângeri, observaţia participativă rămâne, în mare, o tehnică de cercetare calitativă: culegera informaţiilor este, în principiu, nestructurată, în mod caracteristic, atât rezultatele cercetării cât şi întrebările acesteia se configurează de-a lungul cercetării. Cercetarea nu se poate separa de teren şi nici de persoana cercetătorului, ceea ce înseamnă că, observaţia participativă nu poate fi lăsată în grija altcuiva şi nu poate fi făcută altundeva. La începutul cercetării de teren, cercetătorul porneşte în investigaţii, folosind metoda observaţiei participative: nu cunoaşte terenul, informaţiile ,,de culise" nu îi dezvăluie prea multe, trebuie să descopere această microsferă.

[1] Kolumbusz útinaplója (1941) (Jurnalul de călătorie al lui Cristofor Columb) 1991. Budapesta: Editura Akadémiai. Traducerea Szerb Antal.

Interviul - în sens lărgit - înseamnă o simplă conversaţie, care se deosebeşte de conversaţiile noastre din toate zilele doar prin faptul, că am dori să fructificăm informaţiile adunate pe parcursul cercetării. Pentru a obţine diferite răspunsuri la diferitele întrebări, s-au elaborat diferite tehnici de interviu. Interviurile pot diferi şi prin nivelul lor de structuralitate. Într-un interviu *nestructurat* nu trebuie să dirijăm subiectul interviului, ci mai degrabă, după ce îi punem o întrebare de la care poate porni conversaţia, îl lăsăm să îşi grupeze răspunsurile după propriile sale puncte de vedere şi în propriul său ritm. În cazul acestor interviuri, de obicei, cele mai importante informaţii sunt acelea care se referă la criteriile grupării punctelor de vedere, la limbajul folosit pentru tratarea întrebării, nu este deci indicat, să ne întrerupem, sau prin reluări de întrebări să ne dirijăm partenerul. De obicei, la începutul unei cercetări, când, încă, nu ştim cu precizie ce ne interesează, lucrăm cu interviuri nestructurate. Într-o fază mai târzie, când se conturează problematica cercetării pe care dorim să o parcurgem cu partenerul nostru, interviul devine din ce în ce mai *structurat*, ceea ce înseamnă că unele blocuri de întrebări sunt compuse şi discutate în avans. De multe ori, poate fi important, ca unele întrebări să fie puse exact în acelaşi fel tuturor subiecţilor. În aceste cazuri, întrebările interviului nu pot fi modelate la limbajul subiecţilor, interviul devine mai „cantitativ" deci, dintr-o altă perspectivă, de dragul comparabilităţii trebuie să renunţăm la avantajul modelării la teren. Putem pune *întrebări deschise* şi *fixe*, adică întrebări care teoretic pot genera ori ce fel de răspunsuri, şi întrebări care generează un număr restrâns de răspunsuri. Importanţa cercetătorului pe parcursul interviului va fi cu atât mai mică cu cât interviul este mai structurat, cu cât mai multă precizie sunt pregătite întrebările dinainte şi cu cât mai multe sunt întrebările fixe. În cazul în care ne consemnăm întrebările şi ţinem neapărat să le punem de fiecare dată în aceeaşi formă, obţinem un chestionar.

Dacă întrebările unui *chestionar* sunt puse întotdeauna în acelaşi fel, atunci nu este neapărat nevoie ca cercetătorul să fie de faţă. Datorită faptului, că chestionarele se redactează şi se prelucrează la masa de birou, cercetătorul, de obicei, nu se întâlneşte cu indivizii chestionaţi şi nu are legătură directă nici cu mediul înconjurător al acestora - acest lucru fiind sarcina operatorilor de chestionar. Chestionarul este, deci, structurat, se conformă în puţină măsură terenului, însă cu ajutorul acestuia putem să întrebăm mulţi oameni într-un timp relativ scurt, fără ca cercetătorul să fie nevoit să se afle pe teren. Cele mai multe cărţi de metodologie consideră că tehnica chestionarelor este, prin excelenţă, o metodă de cercetare cantitativă.

Prelucrarea datelor secundare înseamnă interpretarea unor baze de date care nu au fost redactate în timpul şi pentru scopurile cercetării curente. Sursa acestor date este, de obicei, o bază de date mai amplă, în cazul cercetării aşezărilor sunt caracteristice, de exemplu, Agenţia Naţională de Statistică, Centrul de Cercetare Regională, sau chiar Consiliul Judeţean. Procurarea bazelor de date este, fără îndoială, cea mai cantitativă modalitate de recoltare a informaţiilor referitoare la teren. Cercetătorul, care doreşte să se familiarizeze cu viaţa locală, în acest caz nu se va întâlni nici cu subiecţii la care se referă datele, nici măcar cu cei care au elaborat, respectiv au pus întrebările. Deşi nu putem afla mare lucru despre modul în care au fost recoltate datele, totuşi se poate asuma, că recoltarea a fost cu atât mai structurată, cu cât baza de date a fost mai amplă, însă cu atât mai puţin specifică terenului. Graniţa dintre metoda cantitativă şi calitativă, de regulă, se poate plasa undeva între interviu şi chestionar. În viziunea noastră, între aceste două tehnici nici unde nu se poate trage o linie concretă de demarcaţie, cele două metodele mai de grabă pot fi imaginate ca o axă continuă. Unele metode pot fi în suprapunere, fiecare din ele pot conţine elemente deopotrivă cantitative şi calitative.

De exemplu, un chestionar poate fi adaptat la teren, de natură flexibilă, la fel cum pe baza unui interviu nestructurat avem modalitatea de a obţine date comparabile de mare validitate.

Fidelitate şi validitate în sociologie

În sociologie şi statistică, conceptul de *fidelitate* se referă la gradul de probabilitate în care afirmaţia enunţată de regulă pe baza rezultatelor unor analize statistice de date, este adevărată. *Validitatea* indică dacă afirmaţia se referă, într-adevăr, la problema respectivă. Sociologii consideră că fidelitatea şi validitatea sunt invers proporţionale şi că toată problema este în relaţie cu numărul *n*, numărul indivizilor intervievaţi. Precum se afirmă în limbajul de specialitate deseori: cercetarea este cu atât mai „profundă" cu cât este mai mic numărul *n*, şi invers, fidelitatea este cu atât mai mare cu cât este mai mare numărul indivizilor întrebaţi, însă validitatea poate scădea în acest caz. „Slăbiciunea" validităţii constă în faptul că, de exemplu pe parcursul colectării de date cu ajutorul unui chestionar, aflăm răspunsul individului, însă nu aflăm motivaţiile şi interpretările din spatele răspunsului său.

Criticile aduse colectării de date statistice calitative scot în evidenţă faptul, că – contrar opiniei generale - fidelitatea cercetării nu este în legătură, în primul rând, cu numărul indivizilor întrebaţi, ci cu momentul *operaţionalizării*. Pe parcursul cercetării calitative, cele mai multe greşeli se comit premergător fazei de colectare şi analiză a datelor; cu prilejul formulării întrebărilor şi a definirii ariei de date ce urmează a fi recoltată. (Despre operaţionalizare vezi *scrierea în ramă)*.

Când să alegem o temă de cercetare şi când să operaţionalizăm

După părerea lui James P. Spradley (1980)[2] cercetările sociologice de obicei sunt concepute ca un proces linear, pe când practica etnografică urmăreşte un model ciclic. Pentru planificarea cercetării lineare autorul citează o schemă din lucrarea lui McCord şi McCord[3]; cu modele asemănătoare, de altfel, ne întâlnim aproape în fiecare carte de metodologie:

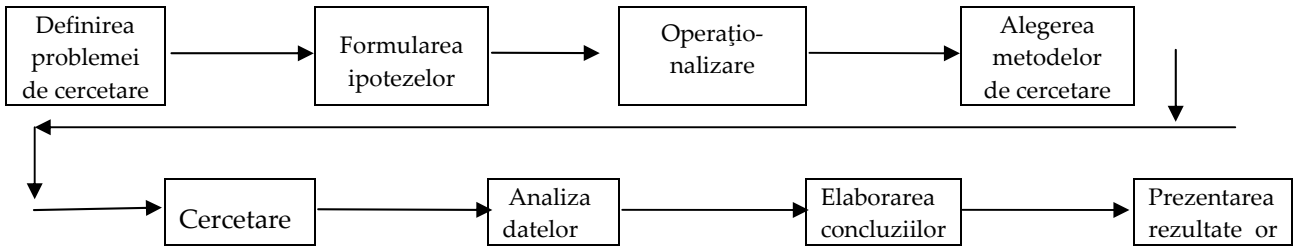


Fig. 2.2. ***Procesul de planificare lineară al cercetării sociologice***

După părerea lui Spadley majoritatea cercetărilor etnografice (antropologice, calitative) urmăresc o schemă ciclică. Într-o schemă ciclică după alegerea terenului şi a temei urmează definirea problemelor cercetării, faza de cercetare, stocarea datelor şi analiza acestora. Bazându-ne pe analiza datelor poate urma formularea rezultatelor. În lumina acestora, însă, se ni se conturează nişte noi probleme. Acestea din urmă pot fi formulate cu o pregătire mai aprofundată, bazându-se pe mai multă experienţă ca în primul ciclu, drept urmare rezultatul cercetării poate fi de o validitate superioară precedentului ciclu. În cazul problemelor noi poate avea loc o nouă cercetare, stocare şi analiză de date, elaborarea unui nou studiu, care eventual poate fi urmată de un nou ciclu, şi aşa mai departe.

[2] Spradley, James P. 1980: *Participant Observation*. Wadsworth: Thompson Learning.

[3] McCord, Joan és W. McCord 1958: *The Effects of Paternal Role Model on Criminality*. Journal of Social Issues 14: 3, 66-75

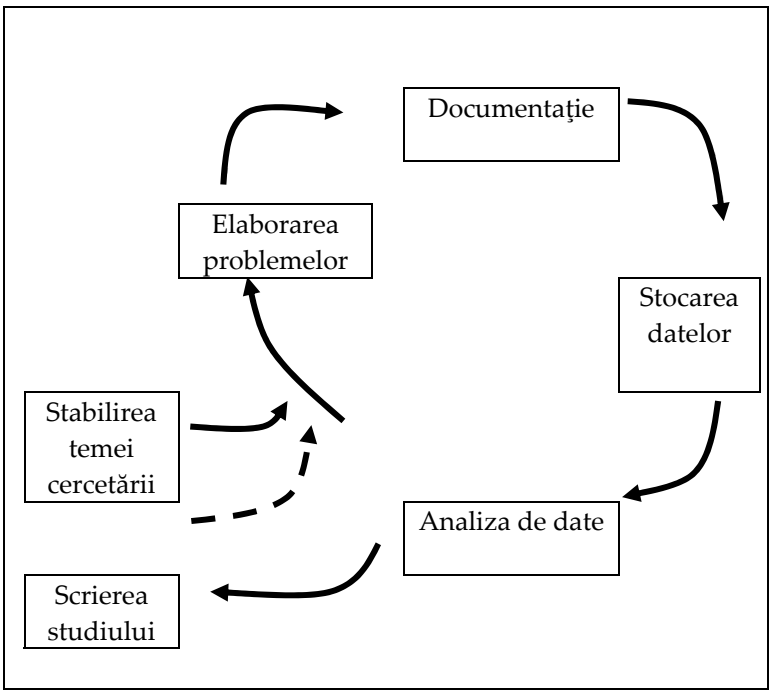


Fig.2.3. ***Ciclu de cercetare etnografică***

Operaţionalizarea este acea fază a cercetării în care ataşăm proceduri de măsurare unei probleme cercetate. Pe parcursul operaţionalizării cercetările cantitative tind spre cuantificare, ca datele să poată fi comparate şi măsurate. Indicatorii de măsurare cuantificabili au rol de indicator, deci nu se referă direct la obiectul cercetării, dar dezvăluie unele trăsături ale acestuia. Dacă, de exemplu, dorim să formulăm propuneri privind dezvoltarea sistemului sanitar dintr-o localitate, ar putea fi important, să ne familiarizăm cu obiceiurile locale în ceea ce priveşte fumatul. Indicatorul de măsurare al fenomenului ar putea fi, de exemplu, numărul de îmbolnăviri al organului respiratoriu pe 1000 de locuitori, sau răspunsul dat la întrebarea: „Dumneavoastră fumaţi?" În zilele noastre, în practica sociologică şi de dezvoltare a aşezărilor umane, cercetările sunt planificate dinainte. În mod caracteristic, la comanda unui studiu sociologic, sau cu prilejul ţinerii unui concurs pentru obţinerea unei burse de cercetare, cercetătorului i se pretinde, de obicei, prezentarea un plan de cercetare amănunţit şi eventual chiar prognoza rezultatului. O cercetare „bine planificată" nu numai că îşi formulează „dinainte" temele principale - adică înainte de se ajunge pe teren – , dar formulează şi ipoteze, mai mult, efectuează şi operaţionalizarea, adică stabileşte prin ce indicatori de măsurare ar putea fi testate ipotezele. Cercetătorul, de obicei, când ajunge pe teren cunoaşte deja principalele statistici, are chestionarul făcut şi interviul schiţat. Dacă nu procedează astfel, el riscă să fie considerat nepregătit.

Considerăm că efectuarea operaţionalizării timpurie, adică planificarea metodelor de măsurare şi ai indicatorilor de măsurare înainte ca cercetătorul să cunoască terenul, este o greşeală. Sunt multe argumente care justifică de ce este necesar să facem cunoştinţă cu terenul înainte de toate acestea. Cel mai important dintre aceste argumente este, că tema de cercetare în sine demarcă aria răspunsurilor posibile. Dacă ştim dinainte ce dorim să cercetăm, atunci nu putem avea ca rezultat o ipoteză care să difere, în mare măsură, de planul nostru iniţial. Cercetarea bine structurată este şi oarbă într-o oarecare măsură, informaţiile care apar şi nu sunt importante din punctul de vedere al cercetării, nu pot fi prelucrate.

Un alt argument împotriva operaţionalizării prea timpurii este faptul, că rezultatele cercetării nu pot fi separate de fondul cultural în care au fost formulate. În cazul unui interviu, sau al unui chestionar, atât întrebările, cât şi răspunsurile pot fi considerate valide doar în contextul cultural local.

Aceleaşi date statistice pot fi interpretate diferit în diferite contexte. (Pe această recunoaştere se bazează analiza contextuală.) Însă, contextul validităţii datelor statistice nu este o informaţie evidentă, de cele mai multe ori, se poate afla doar bazându-ne pe cunoștințele noastre pe care le avem despre teren.

Problema confidenţialităţii este una importantă. În capitolul V. vom prezenta mai amplu această problemă, obţinerea de informaţii de natură confidenţială presupune, în primul rând, o relaţie amiabilă cu localnicii, iar formarea acesteia necesită timp îndelungat şi prezenţa personală a cercetătorului pe teren.

Este probabil ca, din cauze bariere etice, sau chiar de fidelitate, nu vom putea folosi toate tehnicile de cercetare pe un anumit teren. Invers, o tehnică de cercetare nu poate fi folosită pe toate terenurile. Fără investigarea premergătoare a terenului nu putem fi siguri, că metoda aleasă de noi va fi într-adevăr una corespunzătoare scopului nostru.

Rezumând raţionamentul, pentru a putea cunoaşte metodele adecvate şi problematicile valabile în zonă, trebuie să avem nişte cunoştinţe premergătoare despre teren. La începutul unei cercetări, cercetătorul, încă, nu poate să recunoască cele mai importante probleme ale cercetării, nu poate mai ales să-şi cunoască ipotezele şi nu ştie pe baza căror date le va testa pe acestea. Un plan bun de cercetare nu poate fi alcătuit la începutul cercetării, ci într-o fază mai târzie, atunci când potrivit cunoştinţelor locale ne putem baza pe rezultatele unei etape de culegere de date nestructurate.

De altfel, în sociologia contemporană, temporizarea elaborării planului de cercetare şi operaţionalizare la mijlocul perioadei de investigaţie este o practică des folosită.

Specificitate de teren şi comparabilitate în antropologie

În antropologia culturală chestiunea validităţii şi a fidelităţii nu ocupă un loc distins, însă o problematică asemănătoare apare în privinţa a alte două perechi de antonime. Una este contradicţia dintre cercetarea *spontană* şi (versus) cea *planificată,* iar cealaltă este diferenţa dintre metodele de cercetare *specifice terenului* şi cele *comparative.* Pentru ca aceste chestiuni să poată fi înţelese, trebuie să prezentăm, pe scurt, logica metodelor de cercetare în antropologie, care sunt aproape necunoscute în practica de dezvoltare a aşezărilor. Pentru cei care vor să-şi aprofundeze cunoştinţele în temă, la sfârşitul manualului recomandăm câteva lucrări antropologice.

Cea mai importantă metodă a cercetării antropologice este observaţia participativă, care se conformează în totalitate terenului. Este pretins ca cercetătorul să se integreze cât mai bine în societatea locală, să participe în viaţa comunităţii locale ca un membru al acesteia. Pentru a se putea adapta este nevoie de sacrificiu personal, ceea ce înseamnă, că această muncă se poate face doar cu mult devotament. Mulţi specialişti în dezvoltarea aşezărilor sunt surprinşi când constată acest lucru, deoarece într-o cercetare sociologică, modul acesta de identificare nu este necesară. Cercetătorul se poate identifica cu comunitatea locală în diferite măsuri, dar putem afirma că antropologul este predispus să uite de existenţa vieţii din afara terenului investigat. Cercetătorul s-ar ocupa, adesea, cu cea mai multă plăcere, doar de chestiunile care sunt interesante local, chiar şi atunci când rezultatele nu pot fi analizate într-un context mai larg, tocmai din cauza specificităţii terenului respectiv.

La începutul secolului XX. antropologia culturală s-a autodefinit ca o ştiinţă comparativă a diferitelor forme de manifestare a culturilor omeneşti. Deşi această disciplină a trecut prin multe schimbări semnificative de atunci, în acest manual vom folosi această primă definiţie. Noţiunea cheie, în antropologie ca ştiinţă, este comparabilitatea: se poate elabora o imagine cât de cât amplă (holistică) din totalul cazurilor observate pe parcursul cercetărilor individuale efectuate pe teren, prin elementele care se pot conjuga.

Ilustrând print-o comparaţie, să ne imaginăm că trimitem o sută de analişti într-o pădure întunecată, fiecare înzestrat cu câte un reflector, cu sarcina ca până dimineaţa să descrie cum arată pădurea. Fiecare analist îşi va plasa reflectorul undeva şi va nota cele văzute. Una din descrieri va suna probabil astfel: „Pădurea este alcătuită din trei ciuperci, care cresc sub ferigi. Din când în când nişte insecte nocturne zboară deasupra lor". O altă notiţă poate va suna astfel: „Pădurea este alcătuită din coroane de frunziş cu câte-un trunchi de copac. Pe un trunchi se vede o scorbură, în care şi din care în mod regulat intră şi iese o bufniţă, care soseşte cu câte-un şoric în gură şi pleacă fără acesta." Câte una dintre aceste descrieri ar fi insuficientă pentru prezentarea pădurii, dar putem presupune, că punându-le pe toate laolaltă, primim o imagine policromă, care este aproape de adevăr în ceea ce priveşte pădurea, care este plină cu ciuperci, ferigi, copaci, bufniţe etc.

Elementul de bază al cercetării antropologice este comparabilitatea. Şi în cazul investigaţiilor individuale conform terenului trebuie create punctele de legătură, ceea ce înseamnă, că în alegerea tehnicilor de cercetare, cât şi a temelor de cercetare, cercetătorul trebuie să se adapteze nu numai la teren, ci şi la alţi cercetători, iar în cele din urmă să ajungă la un numitor comun şi cu literatura de specialitate. Ca să facă faţă exigenţei de comparabilitate, cercetarea antropologică nu poate să se adapteze perfect la teren, sub acest aspect, deci, nu poate fi „calitativă"; în elaborarea problematicii trebuie să cerceteze şi anumite probleme ale unor investigaţii străine terenului respectiv.

Înrudită cu aceasta chestiune este şi problema documentaţiei *spontane,* sau *planificate*: antropologii ar prefera, cu cea mai mare plăcere, să facă o cercetare care să se adapteze perfect la teren, o astfel de cercetare presupune flexibilitate metodologică, deoarece tehnica de cercetare adecvată poate fi aleasă doar cunoscând temeinic terenul. Deoarece, în cele din urmă, cercetătorul va trebui să scrie un studiu, acesta trebuie să recolteze, printre altele, şi date care vor asigura comparabilitatea cu alte cercetări. Recoltarea datelor de calitate şi în cantitate suficientă poate fi posibilă doar dacă cercetătorul are un plan de cercetare în prealabil pregătit, fapt ce-l îndepărtează pe cercetător de abordarea sa iniţială, pur calitativă.

Tehnici calitative şi cantitative: succesiune şi coordonare

După opinia *Teresei San Román*, contradicţia aparentă dintre fidelitate şi validitate, respectiv cea dintre specificitate de teren şi comparabilitate poate fi soluţionată dacă munca pe teren este împărţită pe două faze.

Cel mai important rezultat al primei faze este apropierea dintre cercetător şi mediul ce urmează a fi investigat. La sfârşitul fazei, cercetătorul trebuie să simtă că vorbeşte „aceeași limbă" cu oamenii din mediul respectiv şi să dezvolte mai multe relaţii confidenţiale. Cercetătorul trebuie să parcurgă terenul cu ochii deschişi, prezentând interes faţă de lucrurile noi care apar pe teren, chiar dacă are, deja, nişte informaţii anterioare despre teren (din literatura de specialitate, sau din statistici), trebuie să pornească de la propriile sale impresii şi experienţe. Cercetătorul trebuie să se străduiască să înveţe limbajul folosit de localnici pentru ca

întrebările privind temele locale să fie puse pe limbajul lor. Această fază de culegere a datelor presupune o cercetare nestructurată, acesteia fiindu-i caracteristică observaţia participativă şi interviul nestructurat. La sfârşitul primei faze este bine să ne îndepărtăm puţin de teren şi să reflectăm iarăşi din exterior. În acest timp se aşează experienţele dobândite şi putem redacta o listă cu temele importante ale cercetării. Acest interval de timp poate fi perioada culegerii datelor secundare, a consultării literaturii de specialitate şi a conceperii ipotezelor, tot atunci se poate efectua şi operaţionalizarea.

Scopul celei de-a doua faze este obţinerea acelor date cu care se pot da răspunsuri la problemele de cercetare apărute la sfârşitul primei faze. Această fază este una de cercetare planificată. În mod caracteristic operăm cu interviuri structurate, cu chestionare, prelucrări de date statistice, dar pentru verificarea şi interpretarea rezultatelor cantitative şi acum trebuie să abordăm, de fapt, o apropiere calitativă, ca de exemplu folosirea metodei focus-grupului. Datorită cunoștințelor premergătoare, cercetarea se adaptează la contextul local, la specificul terenului, însă va fi mai puțin flexibilă, ceea ce înseamnă că în această fază nu este indicat să ne mai abatem de la planul nostru de cercetare. La sfârşitul celei de-a doua faze este timpul să confruntăm ipotezele cu realitatea şi să prezentăm o evaluare descriptivă a interpretării.

Alan Bryman, este de părere că metodele calitative şi cantitative se completează reciproc. Metodele calitative pot fi de ajutor, de exemplu, la identificarea problemei, respectiv la stabilirea indicatorilor şi a scalelor, pot da idei pentru alcătuirea modelelor de analiză a drumurilor, pot fi de folos în interpretarea rezultatelor. În acelaşi timp, numai pe baza colectării de date prin metodă cantitativă putem să ne pronunţăm cu siguranţă asupra veridicităţii unor presupuneri bine fundamentate, apărute ca rezultat al metodelor calitative. Bryman subliniază faptul că analiştii cercetării calitative, deseori, sunt tentaţi să-şi califice (greşit) rezultatele prin expresii precum „de obicei", „în genere", „în majoritate". Când, însă, ar fi important de ştiut ce caracteristici, ce opinie are „în majoritate", sau „în genere" o societate locală în legătură cu o problemă anume, singura metodă corespunzătoare este măsurarea pe cale cantitativă.

Diferitele tehnici nu numai că pot fi utilizate laolaltă – dar există şi tehnici hibride, care aliază elemente cercetării calitative şi cantitative. Bryman ne prezintă ca exemplu observaţia participativă, ale cărei rezultate pot fi prelucrate în mod cantitativ prin procedeul comprimării datelor. În capitolul V. încercăm să prezentăm o modalitate cu ajutorul căreia metoda chestionarelor şi culegerea datelor statistice să poată fi făcută în mod hibrid, cât mai *apropiat de teren*, având ca rezultat o cercetare mai calitativă şi cu o validitate mai mare.

Faptul că metodele cantitative şi calitative au aceeaşi importanţă, nu înseamnă că toate tehnicile de cercetare pot fi folosite la fel de bine în cazul oricărei probleme. În momentul alegerii unei tehnici trebuie să luăm în considerare diverse puncte de vedere, deoarece, în majoritatea cazurilor, probabil doar una dintre metode se dovedeşte a fi adecvată.

În practica de dezvoltare a aşezărilor umane, o formă caracteristică de culegere de date, în afară şirului de interviuri şi colectarea bazelor de date statistice, este chestionarul. Autorul lucrării de faţă atrage atenţia asupra faptului că, chestionarul nu este o tehnică care poate fi folosită în general. Am comite o eroare elementară, dacă am dori să ne formăm o imagine amplă despre o aşezare folosind tehnica chestionarelor reprezentative. Această tehnică nu este oportună pentru dibuirea contextului local. Fiind una robustă, poate să dea răspuns doar, şi numai la problema pentru care a fost concepută. Pe parcursul cercetării, chestionarul este la fel ca un tractor în grădinărit: poate economisi o mare cantitate de lucru manual, poate creşte eficacitatea, însă dacă nu merge pe cărarea prestabilită, poate cauza daune enorme. Chestionarul nu poate fi folosit, de exemplu, pentru colectarea ideilor creative, sau a opiniilor cu

încărcătură sentimentală. În cazul în care redactăm câte o întrebare pentru fiecare interdependenţă posibilă, rezultatul va fi un chestionar anevoios şi greoi, care va obosi subiectul interviului, ca urmare devine suspicios şi va da răspunsuri îndoielnice, îngreunând prelucrarea datelor. Un chestionar bun pune întrebări referitoare la nişte date corect definite, din care cauză este alcătuit din puţine întrebări – de regulă - închise, redactate pe înţelesul respondenţilor locali. Întrebările cu caracter mai general, care diferă de acestea, trebuie investigate cu metode calitative. O cercetare calitativă derulată în mod corect poate răspunde la multe întrebări, chiar şi fără folosirea chestionarelor.

Să ne amintim de cercetarea antropologică făcută noaptea într-o pădure. Probabil metoda forajelor de adâncime comparabile ar fi cea adecvată pentru obţinerea unei imagini detailate despre pădure - în care nu se pierd amănuntele. O astfel de cercetare ne permite formularea unor întrebări relevante, însă nu poate, de exemplu, să răspundă la întrebarea, dacă pădurea este de stejar, sau de fag. Răspunsul la întrebarea dacă acest fapt prezintă importanţă sau nu, se dă tot prin culegere de date calitativă. Însă, în cazul în care întrebarea se dovedeşte a fi importantă, este neapărat necesară o fază cantitativă, care să restrângă cercetarea la soiurile copacilor existente în pădure şi care, pe baza unei mostre reprezentative va da un rezultat de încredere.

Mersul cercetării aplicate de teren

Pe parcursul cercetării aplicate pe teren multe lucruri decurg altfel, decât în cercetarea ştiinţifică. Poate cel mai important este criteriul temporar: vreme ce o cercetare antropologică pe teren este planificată pe o durată de trei-patru ani, una sociologică pe un an sau doi, un studiu de specialitate care se referă la societatea unei aşezări, sau întinderi trebuie făcută în câteva luni. În cazul elaborărilor de concepţii referitoare la aşezări, timpul de planificare poate fi chiar şi un an, însă datorită faptului că localităţile, de multe ori, comandă concomitent efectuarea concepţiei şi redactarea planului structural, dacă sociologul doreşte ca propunerile lui să fie luate în considerare, este bine să fie cu un pas înaintea colegilor care se ocupă de planul structural, schiţându-şi concepţiile cu două-trei luni înaintea lor.

În timp ce cercetările ştiinţifice sunt finanţate din bugetul de stat, bugetul cercetărilor aplicate este de regulă limitat la minim.

O altă diferenţă este faptul că cel care comandă studiul poate veni cu nişte teme obligatorii pe care vrea ca cercetătorul să le investigheze, sau chiar doreşte să impună cercetătorului o anume metodologie.

Autorul acestui studiu este un specialist în practică şi bazându-se pe experienţele sale acumulate la o companie de consultanţă a consiliului local, poate afirma cu tărie că urmărirea metodologiei adecvate nu necesită mai multe cheltuieli, nici mai mult timp, decât măsurarea de rutină. Definirea tehnicilor de cercetare adecvate este un proces complex, trebuie luate în calcul, în afară de caracteristicile terenului şi scopul cercetării, şi limitele temporale şi materiale. Fără să luăm în considerare aceste criterii în totalitatea lor, în cele ce urmează, vă recomandăm un ,,mers" compus din 13+1 staţii în derularea cercetării. Scoatem în evidenţă faptul, că nu există două terenuri identice, precum nu există nici două cercetări identice. Din această cauză acest ,,mers" nu oferă neapărat un desfășurător obligatoriu, ci propune doar un scenariu posibil referitor la fazele de recoltare a datelor şi de prelucrarea lor, de la care însă, în decursul fiecărei cercetări este posibil, şi chiar recomandat să se abată.

Punctele de plecare posibile a cercetării pe teren:

1. parcurgerea terenului;
2. serie de interviuri la consiliul local;
3. serie de interviuri virili;
4. analiza datelor Agenţiei Naţionale de Statistică şi ale Consiliului Local
5. serie de interviuri în microregiuni;
6. redactarea hărţii mentale
7. focus-grup: întrebare cheie, reţea de opinie
8. culegere reprezentativă de date cu chestionar
9. sugestii preliminare.
10. monitorizarea sugestiilor prin cercetare cu focus-grup;
11. propunere pentru tratarea de conflicte;
12. interpretare (elaborarea studiului);
13. Monitoring-ul punerii în aplicare;

+1. prezentare.

1. *Parcurgerea terenului*

Un analist care se angajează să elaboreze un studiu de specialitate în sociologie despre o aşezare sau o întindere, la început nu cunoaşte terenul. Este recomandat ca la începutul cercetării să cutreiere întâi regiunea, chiar şi fără o hartă şi la o adică, să stea de vorbă cu localnicii. Este important ca el să aibă totuşi o imagine de ansamblu despre regiune când începe intervievarea, ca nu cumva să devină ridicol, considerat neorientat.

2. *Serie de interviuri la consiliul local*

De obicei este bine ca în cadrul unui şir de interviuri să ne întâlnim cu membrii consiliului local al aşezărilor - beneficiarul cercetării. Părerea lor este cea mai relevantă, deoarece locuitorii comunităţii locale i-au înzestrat cu încrederea de a le reprezenta interesele. Este bine ca interviurile să fi nestructurate, însă întrebările folosite pe parcurs trebuie puse şi celorlalţi subiecţi de interviu. Astfel schema noastră de interviu va fi tot mai structurată. Cu primarul aşezării putem face chiar şi mai multe interviuri.

3. *Serie de interviuri cu virili*

Unităţile economice şi cetăţenii care plătesc cele mai substanţiale impozite locale sunt numiţi, cu un cuvânt de la începutul secolului trecut, *virilis*. Aceşti potentaţi, prin faptul că-şi plătesc impozitul afacerii pe plan local - prin gestul lor - şi-au manifestat sentimentul de patriot local. Seriile de interviuri făcute cu ei trebuie să se focalizeze pe întrebări ce privesc problemele vieţii economie locale şi planurile lor de investiţie. Aceşti oameni activi, cu capacităţi de a-şi exercita influenţa şi puterea pentru a-şi atinge interesele, de obicei, au viziuni importante, care se referă la toată aşezarea şi pe care cercetătorul, de multe ori, merită să le ia în considerare.

4. *Analiza datelor Agenţiei Naţionale de Statistică şi ale Consiliului Local*

În cazul studiilor de specialitate sociologică, prezentarea şi prelucrarea unor date statistice generale este o cerinţă uzuală. Astfel de date sunt, de exemplu, datele demografice fundamentale, indicatoarele pieţii imobiliare, indicatoarele economice locale. Unele dintre acestea pot fi recoltate pe loc, altele pot fi procurate din baza de date judeţeană, sau din orice altă bază de date. Şi ca urmare a şirului de interviuri pot apărea nişte opinii, care merită cercetate pe baza datelor statistice.

5. *Serie de interviuri în microregiuni*

Atât din partea consiliului local, cât şi din partea factorilor vieţii economice locale pot apărea idei de proiecte, care pot fi finalizate doar prin realizarea unei reţele de cooperare între aşezări. Cercetarea acestora nu este posibilă fără a cunoaşte intenţiile potenţialelor aşezări ai parteneriatului. Acest lucru presupune, de obicei, intervievarea secretarilor consiliului, sau a conducerii instituţiilor de specialitate. Multe lucruri pot fi aflate şi din cartografierea reţelelor de cooperare deja existente în întindere.

6. *Redactarea unei hărţi mentale*

Ce gândesc oamenii despre mediul în care trăiesc poate fi descoperită cu ajutorul unei tehnici speciale de interviu, completat cu o evaluare făcută cu ajutorul chestionarelor. Redactarea hărţii mentale poate fi făcută în oricare fază a cercetării, însă, de obicei, trebuie făcută la începutul acesteia pe de-o parte, deoarece sunt informaţii uşor de cules (tuturor le place să fie călăuze în propria ogradă), pe de altă parte aceste rezultate pot fi utilizate cu succes în fazele următoare.

7. *Focus-grup: întrebare cheie, reţea de opinie*

După ce, ca urmare a seriilor de interviuri avem, deja, o imagine despre problemele importante local, problemele respective merită dezbătute cu mai multe focus-grupuri. Această modalitate este potrivită pentru spicuirea celor mai importante teme şi este adecvată şi pentru dezvăluirea diferenţelor de opinii, respectiv conflictelor de interese.

8. *Culegere reprezentativă de date cu chestionar*

Referitor la problemele cele mai importante apărute în urma folosirii metodelor ,,soft" – slabe -, nu ne rămâne altceva de aflat, decât părerea majorităţii locuitorilor, sau caracteristicile populaţiei. Pentru a putea răspunde la aceste întrebări, cea mai potrivită metodă este documentaţia reprezentativă cu chestionar. De obicei, metoda chestionarelor prin telefon poate fi făcută cu uşurinţă, însă reprezentativitatea acestora poate fi pusă sub semnul întrebării. Datorită faptului, că nici declararea domiciliilor noi nu se face de pe o zi pe alta, cea mai sigură metodă este, să ne întoarcem la perioada de glorie a chestionarelor şi să batem la uşa fiecărui cămin.

9. *Sugestii preliminare*

Rezultatul măsurării ne permite deja să fim în cunoştinţa întrebărilor şi a răspunsurilor cercetării. Însă în conformitate cu însărcinarea, trebuie, de regulă, să formulăm nişte sugestii. Acestea trebuie să fie simple, iar din această cauză nu pot oglindi complexitatea societăţii locale în plenitudinea ei. Deşi în documentaţia de cercetare avem ocazia să prezentăm amănunţit punctele de vedere care stau la baza sugestiei, totuşi redactarea sugestiei rămâne în sarcina şi responsabilitatea cercetătorului.

10. *Monitoring-ul sugestiei prin cercetare cu focus-grup*

Datorită timpului scurt pe care îl petrece pe teren, cercetătorul nu poate fi sigur că va reuşi să gândească la fel ca localnicii. Este neapărat necesar, ca să verifice părerea oamenilor din zonă despre sugestia sa, cu o altă analiză. Cercetarea cu focus-grup poate fi un instrument foarte bun pentru monitoring.

11. *Sugestie pentru tratarea conflictelor*

Foarte rar se poate redacta o sugestie care să fie agreată de toate grupurile sociale. De-a lungul monitoring-ului trebuie să găsim un răspuns pentru întrebarea, cum anume pot fi compensate grupurile care se află într-o situaţie nefavorabilă. Este important ca compensarea şi tratarea conflictelor să constituie parte din cercetare şi sugestie.

12. Interpretare (redactarea studiului)

O dată cu finalizarea investigaţiei, cercetătorii comit de regulă două greşeli. Pe de-o parte, este o greşeală să presupună, că pot să descrie tot ceea ce ştiu. Pe de altă parte, este o greşeală să presupună, că cele scrise de el vor fi interpretate de către toată lumea în mod asemănător lui. Acest manual doreşte să atragă atenţia asupra importanţei *interpretării* cunoscute din cercetările antropologice, adică asupra importanţei tălmăcirii. Potrivit acestei abordări, lumea terenului investigat şi lumea cercetătorului vorbesc limbi diferite, îşi formulează problemele în limbaje diferite. Cercetătorul trebuie să-şi ia în serios sarcina de „interpret", adică modul în care îşi poate formula experienţele sale de pe teren, fără ca acestea să piardă prea mult din semnificaţia lor originală. În mod asemănător şi beneficiarul, ordonatorul studiului vorbeşte un alt limbaj decât cercetătorul şi va înţelege propunerile, sugestiile noastre doar dacă le formulăm pe limbajul lui.

13. Monitoring-ul executării

Odată cu terminarea studiului însărcinarea ajunge la sfârşit. Însă, datorită faptului că sugestiile nu sunt interpretate la fel de către cel care a comandat studiul şi cercetător, acesta are un fel de responsabilitate morală să supravegheze soarta studiului şi a sugestiilor sale şi să monitorizeze executarea.

+1. prezentare

În mod caracteristic, cercetătorul este rugat să prezinte rezultatele cercetării sale în cadrul unui forum al populaţiei, sau al unei şedinţe a reprezentaţilor locali.

III. Observaţia participativă

Introducere

Istoria teoriei

Observaţia din exterior şi din interior

Probleme de etică

Abc-ul observaţiei participative

Studii de caz şi exemple

Texte în chenar:

Relaţia cercetător-teren la începutul secolului trecut

Introducere

Observația participativă este o tehnică de culegere de date care se foloseşte în primul rând în antropologia culturală. Această metodologie a fost dezvoltată în primul rând pentru studierea culturilor şi comunităţilor unor populaţii care trăiau departe de Europa şi vorbeau o limbă necunoscută. Cercetătorul antropolog s-a considerat deseori şi un etnograf. Metodologia foloseşte - chiar şi în zilele noastre - expresiile cheie ale acestei perioade de glorie: *teren, adaptare, însuşirea limbi, interpretarea rezultatelor.*

Aceste culturi considerate deseori „arhaice" au parcurs de atunci un proces de modernizare, respectiv interesul antropologiei culturale s-a îndreptat într-o măsură mai mare către cunoaşterea propriei societăţi. Observaţia participativă s-a dovedit a fi o metodă bună şi pentru cunoaşterea societăţii contemporane. Este recomandată mai ales în faza de început a cercetării pentru studiul societăţilor locale, al comunităţilor dintr-o microregiune sau aşezare.

Observaţia participativă a păstrat multe elemente din perioada de glorie de la sfârşitul secolului trecut. Un element important al cercetării este, ca cercetătorul să se considere un *explorator*: terenul trebuie conceput ca un loc necunoscut chiar şi în cazul în care, întâmplător, cercetăm împrejurimile propriului nostru spaţiu locativ. Deşi observatorul, de obicei, se documentează despre terenul pe care urmează să îl cerceteze, totuşi este important, ca sosit pe teren, să se poată detaşa de informaţiile, concepţiile şi chiar şi experienţele sale premergătoare. El apoi trebuie să umble pe teren – ca un adevărat explorator – să observe tot ce se întâmplă în jurul său, şi în locul studierii datelor statistice şi a literaturii de specialitate, să adune impresii proprii, să acumuleze experienţe personale. Însă nici aceste experienţe nu trebuie luate ca bune: observatorul trebuie să fie întotdeauna pregătit să accepte faptul, că s-ar putea ca interpretările şi observaţiile lui de până atunci l-au condus pe un făgaş greşit. În asemenea situaţii, interpretările vechi trebuie puse deoparte cu curaj şi găsite altele, noi, în locul lor. Scopul final al activităţii de cercetare este *interpretarea*, traducerea experienţelor acumulate şi a interpretărilor acestora celorlalţi cercetători şi publicului larg.

Mulţi consideră, că pentru efectuarea observaţiei participative, cercetătorul trebuie să deţină aptitudini speciale, ca de exemplu o sensibilitate peste medie, stăpânire de sine şi empatie. Mesajul acestui manual este, că esenţa observaţiei participative nu constă în aptitudini, ci în interesul sincer faţă de teren şi faţă de oamenii din zonă. Dorinţa de aventură şi curiozitatea sunt la fel de importante, în zilele noastre, ca şi la sfârşitul secolului trecut. Dacă interesul analistului nu scade de-a lungul cercetării, munca pe teren va avea succes, chiar şi atunci, dacă cercetătorul are doar aptitudini mediocre; mai mult, aceste aptitudini pot fi dezvoltate pe parcursul cercetării.

Istoria teoriei

Deşi primele informaţii despre diferitele culturi datează din timpuri străbune, cercetarea culturilor ca disciplină s-a dezvoltat doar târziu, în a doua jumătate a secolului al XIX.-lea, deci, mai târziu decât majoritatea ştiinţelor naturale, sau economice. Prima catedră de antropologie din lume a fost fondată în Marea Britanie, primul antropolog de profesie fiind Edward Burnett Tylor. Aproape în acelaşi timp a apărut şi curentul cercetării culturale în Europa de Est, etnografia, şi cu câteva decenii mai târziu antropologia culturală în Statele Unite.

Marii profesori britanici şi francezi ai etnologiei şi ai antropologiei, la începuturi s-au ocupat cu prelucrarea informaţiilor despre culturile unor popoare îndepărtate, dar ei nu s-au deplasat pe teren, fiind numiţi după o expresie de mai târziu, „antropologi în jilţ". Deşi cercetările lui J. Baldwin Spencer şi ale lui Francis Gillen, făcute în Australia în 1894, au subliniat importanţa cunoaşterii terenului şi a prezenţei la faţa locului, totuşi în deceniile următoare cercetătorii au rămas încă lângă masa din birou.

Bronislaw Malinowski, antropologul britanic de origine poloneză, a făcut cercetări pe teren la începutul primului război mondial, pe o insulă marginală al Imperiului Britanic, numită Trobriand. Pe parcursul cercetării sale, Malinowski a realizat treptat avantajele muncii intensive pe teren. La început a întreprins cercetări lingvistice, după care pe baza acestora s-a familiarizat cu comunitatea locală. Studiul său a apărut în 1922 şi s-a bucurat de mare succes. În introducerea cărţii sale, Malinowski a prezentat bazele metodologice ale observaţiei participative. Esenţa mesajului său este că, cercetarea pe teren trebuie făcută ca şi cum am fi exilaţi pentru vreme îndelungată pe un teritoriu necunoscut, între oameni primitivi. Nici o normă, regulă, comportament nu trebuie luată ca de la sine înţeles, să ne îndoim de toate şi să încercăm să aflăm răspunsul la toate întrebările apărute la faţa locului de la localnici.

Din jurnalul său personal, publicat postum, reiese că Malinowski s-a comportat cu „băştinaşi" cu aceeaşi notă de superioritate, cum s-au comportat de regulă în timpul colonizării oamenii albi cu negrii. Acest lucru este ilustrat şi de faptul că şi-a amplasat cortul chiar în mijlocul aşezării. Doar pe parcursul unui lung proces de învăţare, Malinowski şi-a dat seama de faptul, că dacă doreşte într-adevăr informaţii reale despre societatea locală, le va obţine doar dacă va deveni un partener egal cu cei din comunitate. Un important moment al cercetării sale a fost când a renunţat la cort şi s-a mutat în casa unui prieten din comunitate.

Principiul egalităţii diferitelor culturi a devenit principala caracteristică a antropologiei fondată pe *particularitate istorică*. În Statele Unite, la Facultatea Columbia, Franz Boas a fost cel care a pus bazele *antropologiei culturale relativiste,* punând accentul pe egalitatea culturilor în timpul cercetărilor pe teren, din care cauză relaţia simetrică de mutualitate dintre cercetător şi teren a devenit o cerinţă generală (în legătură cu relaţia dintre cercetător si teren vezi scrierea noastră în ramă).

Relaţia dintre cercetător şi teren la începutul secolului

antropologia culturală relativistă şi evoluţionistă în practică şi în etnografie

Cercetătorii britanici şi francezi (antropologi, etnologi) de la sfârşitul secolului al XIX-lea şi începutul secolului al XX-lea au presupus, că diferitele culturi trebuie să parcurgă acelaşi drum de evoluţie. Potrivit acestei viziuni, culturile (civilizaţiile) dezvoltate au alcătuit un club restrâns al popoarelor care au cunoscut şi beneficiat de calea ferată, telegraful fără fir şi alte descoperiri tehnico-ştiinţifice importante. Dacă cercetătorul a părăsit acest mediu (în calitate de antropolog cultural care doreşte să descopere popoarele coloniilor, ale lumii largi, sau în calitate de arheolog în căutarea culturilor apuse) a avut impresia, că se întâlneşte cu popoare mai puţin avansate. Relaţia dintre analist şi teren a fost asimetrică, cercetătorul considerându-se mai evoluat, decât oamenii din mediul cercetat. Concepţiile *social-darwiniste* - un curent evoluţionist – au concluzionat chiar, că aceste grupuri de localnici, popoarele mai puţin evoluate, deci, vor dispărea neapărat.

În acelaşi timp în Europa de Est curiozitatea cercetătorului nu s-a îndreptat spre descoperirea unor popoare îndepărtate, ci mai degrabă spre studierea propriei societăţi rurale. Concepţia lor a fost similară cu cea a colegilor lor din vest, de exemplu şi ei s-au considerat exploratori căutând la fel cele mai vechi şi mai originale semne culturale. De-a lungul cercetărilor semnalmentele primitivităţii pe care le-au descoperit le-au considerat însă, dovezi ai unei culturi strămoşeşti. Potrivit acestui concept, caracterul cultural „străvechi" şi „autentic" al societăţii păstorilor şi ai ciobanilor a fost considerat o *valoare*.

Relaţia dintre teren şi cercetător a fost una inversă, decât în cazul antropologiei evoluţioniste: etnologul de la începutul secolului s-a raportat la teren ca la un loc al valorilor nealterate şi reale; spre deosebire de acesta, propriul mediu urban a fost considerat „depravat" şi „ dezbinat".

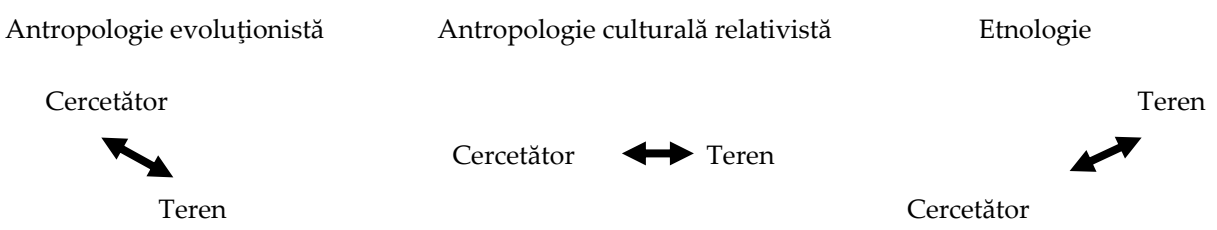


Fig. 3.1. Relaţia dintre cercetător şi teren

Etnologul rus, *Mikluho Maklaj,* prin cercetările antropologiei fizice şi de şi cercetare culturală făcută pe malul coastei Maklaj, (denumirea actuală) printre papuaşi, a confirmat că şi ei sunt oameni. De exemplu oamenii de aici au pe cap păr şi nu blană - aceasta fiind o temă de dezbatere ştiinţifică importantă la vremea respectivă. A presupus, că toată omenirea are o proveniență comună, adică nu există diferite rase în ceea ce priveşte omenirea[1]. Cercetări şi deduceri similare au fost făcute mai târziu de Franz Boas. El a fost cel care a introdus termenul de *particularitate istorică*[2], ceea ce înseamnă, că gradul de dezvoltarea al fiecărei culturi poate fi analizat doar în contextul propriului mediu social şi natural. Se presupune, că omenirea s-a dispersat din aceeaşi ,,patrie străbună" comună, însă în diferite zone a trebuit să se adapteze în moduri diferite. O modalitate de adaptare poate fi, de exemplu faptul că puţini oameni s-au stabilit în zonele cu potenţial redus de susţinere a existenţei, iar o altă modalitate este nevoia de păstrare a unei populaţii mai largi într-un spaţiu propice agriculturii în vederea stropirii pământului. Rezultatele unei culturi în alte condiţii sociale şi naturale nu ar fi de folos. Chiar din această cauză, o populaţie mai mare, sau mai mică, folosirea uneltelor mai complicate, sau mai simple, nu reprezintă diferenţe de dezvoltare. Teoria egalităţii culturilor are şi o explicaţie social darwinistă: chiar de aceea se poate afirma despre fiecare cultură contemporană, că în circumstanţele proprii este cea mai „dezvoltată", pentru că a supravieţuit până în zilele noastre. Conform *„relativităţii culturale"* relaţia dintre cercetător şi teren este una simetrică: cercetătorul, terenul şi toate culturile sunt fundamental egale. Cercetătorul nu susţine că propria sa cultură ar fi de o civilizaţie mai ridicată şi nici nu caută valori pe teren.

Metodologia observaţiei participative nu s-a schimbat radical de la sfârşitul secolului trecut, însă două dezbateri teoretice de referinţă au influenţat în mare măsură practica muncii pe teren. Prima dezbatere - în anii `60-70 - s-a datorat asimetriei dintre cercetători şi cei cercetaţi, asimetrie care a generat probleme de natură morală, etică. Iar cea de-a doua dezbatere – cam în acelaşi timp - a fost rezultatul discursului de specialitate de teoria cunoaşterii pe marginea noţiunii de cultură. (Despre dezbateri şi despre efectul lor asupra practicii observaţiei participative, aici, ne referim doar rezumativ.)

După destrămarea imperiilor coloniale în ţările lumii a treia, antropologia de atunci deseori a fost învinuită, că deserveşte regimul colonial, respectiv pe cel imperialist. Cea mai importantă întrebare a fost: cine scrie despre cine, de ce oamenii albi scriu despre oamenii de culoare? Pe ce bază se consideră antropologii exploratori, când oamenii pe care îi „descoperă"

[1] Maklaj, Mikluho 1873: Descrierea antropologică a oamenilor de pe coasta Maklaj din Papua Noua Guinee. In: Natuurkundig Tijdschrift voor Nederlandsch Indie. Deel XXXIII, 1873 225-250. / A doua ediţie: Putyesesztvije 1923/3 324-348, Putyesesztvije 1940/4 207-220

[2] Boas, Franz 1911: The Mind of Primitive Man. New York: Macmillan
Boas, Franz 1948: Race, Language and Culture. New York: Macmillan

au fost conştienţi dintotdeauna de propria lor existenţă? Această dilemă este ilustrată de această caricatură apărută într-o carte[3]:

Pasărea kakadu a fost descoperită de marele Călător James Cook în sec. XVII.

Acelaşi eveniment din perspectiva păsării

Dezbaterea chestiunii „Cine pe cine poate cerceta?", chiar dacă pentru mult timp a cauzat o situaţie critică în practica de cercetare antropologică efectuată pe teren, în cele din urmă s-a dovedit a fi productivă şi a contribuit la apariţia unui nou concept, care a dus pe de o parte la apariţia antropologului care îşi cercetează propria cultură asemenea unui explorator, pe de altă parte a condus la apariţia *antropologiei de acţiune* - asumarea responsabilităţii personale faţă de grupurile culturale dezavantajate, aflate în defensivă.

Cealaltă dezbatere cu o influenţă majoră asupra practicii muncii pe teren s-a referit la noţiunea de cultură. Există puţine discipline ştiinţifice asemănătoare antropologiei, care nu prea îşi poate defini obiectul cercetării sale. În zilele noastre, există o sumedenie de definiţii ale culturii, însă nici una nu s-a impus în branşă. Până la sfârşitul anilor `50-60, s-a considerat, că cultura este forma de comportament. Parţial, datorită influenţei teoriei structuraliste[4] a lui Claude Lévi-Strauss (2001, care a încercat să definească structurile universale ale gândirii omeneşti), iar parţial datorită dezvoltării lingvisticii moderne din anii `60, s-a conturat un punct de vedere potrivit căreia cultura se manifestă prin simbolurile care le reprezintă şi din această cauză poate fi identificată în sensurile, respectiv în cuvintele şi structurile limbajului. Clifford Geertz[5] (1975), în lucrarea sa, *Thick Description* (Descriere densă), a atras atenţia asupra faptului, că semnificaţiile locale pot fi analizate doar în propriul lor context cultural. Potrivit viziunii sale, semnificaţiile şi cadrul local interpretativ trebuie recoltate în acelaşi timp pe parcursul cercetării pe teren, iar apoi în timpul scrierii studiului trebuie tălmăcite (*interpretate*) pe limbajul ştiinţei în aşa fel, încât contextul iniţial să sufere cât mai puţin posibil. Cercetătorii, care au păşit pe urma lui Geertz, la început au fost numiţi antropologi *interpretativi.* În zilele noastre, acesta a devenit „mainstream"-ul, principala direcţie urmată de cei mai mulţi cercetători.

[3] Am copiat această caricatură dintr-o carte la începutul aniilor `90, sursa este necunoscută.

[4] Lévi-Strauss, Claude (1958) 2001: *Strukturális antropológia.* (Antropologia structurală) Budapesta: Osiris .

[5] Geertz, Clifford (1975) 1988: *Thick Description*.(Descriere densă) O cale spre teoria interpretativă a culturii. In: Vári András (redactor): *Misszionáriusok a csónakban.* (Misionari în luntre) Budapesta: Editura Akadémiai 13-61.

Observaţia din exterior şi din interior

De obicei este o cerinţă ca cercetătorul, care efectuează observaţie participativă, să producă o stare simultană de trăire *interioară* şi *exterioară,* să poată vedea lucrurile *din exterior* şi *din interior*. Pentru descrierea acestui lucru, în limba engleză se foloseşte perechea de antonime *emic* versus *etic.* Această dualitate înseamnă, că cercetătorul se străduieşte să se integreze în comunitatea locală, trăind şi interpretând faptele din interiorul comunităţii cercetate, ca un membru al acestei comunităţi, însă în timpul trăirii experienţelor sale locale, el îşi interpretează impresiile în mod continuu şi din exterior, deoarece va trebui să le prezinte şi altor oameni din „lumea exterioară". El se priveşte în mod reflexiv, dintr-un unghi *exterior*, şi la fel procedează şi cu propriile sentimente, acţiuni şi interpretări. În cazul unei cercetări ştiinţifice, „lumea exterioară" este reprezentată de cititor, de ceilalţi cercetători, iar în cazul unei cercetări aplicate, de cei care comandă studiul, sau de colegii de planificare a aşezărilor.

Pentru definirea statusului exterior-interior, Clifford Geertz[6] (1983) foloseşte perechea de antonime *experienţă depărtată* versus *experienţă apropiată* (experience-near, -distant), împrumutată din domeniul psihanalizei. Experienţe apropiate sunt noţiunile care pot fi folosite fără nici un efort, iar experienţe depărtate sunt nivelele abstracte mai înalte, modul în care gândesc cercetătorii şi savanţii. În exemplul dat de Geertz, „frica" aparţine domeniului experienţei apropiate, iar „ego-diston"-ul aparţine experienţei depărtate, în timp ce „fobia" se situează undeva între cele două. Dacă dorim să ne familiarizăm cu comunitatea locală, trebuie să culegem, în primul rând, experienţe apropiate. Fenomenele complexe ale societăţii locale nu pot fi, însă, înţelese de la sine, pentru înţelegerea lor avem nevoie de un nivel abstract mai înalt. Din această cauză, pe parcursul observaţiei participative avem nevoie de ambele abordări. Geertz compară înţelegerea societăţii locale cu analiza unei poezii. Când analizăm poezia *Odă la o urnă grecească* de Keats, punem aceste două întrebări alternative: „*Despre ce este vorba în poezie*?", „*Ce a văzut cu exactitate Keats pe urnă?"*. După părerea lui Geertz, observaţia din exterior şi din interior este un cerc hermeneutic, în care observăm, pe rând, întregul şi amănuntul, mai precis ajungem la întreg prin amănunt, sau invers, explicăm amănuntul cu ajutorul întregului care îl motivează, şi în cele din urmă amănuntul şi întregul (experienţa apropiată şi experienţa depărtată) devin explicaţia lor reciprocă.

Probleme de etică

Datorită faptului că cercetătorul lucrează cu oameni, munca sa ridică permanent unele probleme etice, iar într-un manual de metodologie este important să le abordăm şi pe acestea. Însă, nu ne putem angaja să răspundem la toate întrebările posibile demne de luat în considerare.

Conform unei zicale din branşă, antropologul răspunde de cercetare cu viaţa sa, ceea e o trimitere la faptul, că o cercetare antropologică pe teren îi ia din viaţă 2-4 ani. În cazul în care cercetarea nu va avea un rezultat, această etapă a vieţii sale (cel puţin din punct de vedere profesional) va fi neproductivă. Cercetătorul trebuie, deci, să îşi asume responsabilitatea şi pentru sine însuşi, chiar şi cu ocazia cercetărilor aplicate planificate pe o perioadă mai scurtă.

---

[6] Geertz, Clifford (1983) 1994: „A bennszülöttek szemszögéből". Az antropológiai megértés természetéről.(Din punctul de vedere al băştinaşilor. Despre natura înţelegerii antropologice) In: Gleertz, Clifford: *Az értelmezés hatalma. Antropológiai írások.* (Puterea interpretării. Scrieri antropologice) (Selecţionate şi redactate de Péter Niedermüller). Budapesta: Editura Századvég 200-216.

Chestiunea „Cine pe cine poate cerceta?", asimetria dintre cercetător şi teren este valabilă şi în zilele noastre. Este o situaţie asimetrică fără îndoială când oameni instruiţi din mediul urban scriu despre oameni mai puţin instruiţi din mediul rural, deşi această asimetrie este greu de surmontat, totuşi cercetătorul trebuie să încerce să atragă cât mai mulţi oameni din teritoriu ca parteneri activi, conştienţi în procesul de planificare şi cercetare.

În cazul culegerii de date cu ajutorul unui chestionar, cercetătorul poate afla informaţii fără să fie nevoit să dezvăluie informaţii despre sine însuşi. În cazul observaţiei participative, schimbul de informaţii se bazează pe comunicarea reciprocă, cercetătorul primeşte informaţii confidenţiale pe baza principiului „sinceritate pentru sinceritate". Trebuie să fim conştienţi câte informaţii, cât ajutor şi câte gesturi amiabile am dat şi am primit pe parcursul cercetării pe teren. Trebuie să ne străduim spre atingerea simetriei, a mutualităţii şi a relaţiei de egalitate dintre parteneri.

Cercetătorul nu doreşte să schimbe mediul de cercetare, ci doar să-l prezinte. Apariţia cercetătorului pe teren influenţează viaţa comunităţii, această influenţă trebuie însă diminuată pe cât posibil, şi, de obicei, cercetătorul nu trebuie să se implice în problemele strict locale. *Antropologia de acţiune* crede, însă, că datorită pregătirii şi relaţiilor sale, adesea cercetătorul este singurul care poate da o mână de ajutor comunităţii locale aflate într-o situaţie grea. Cu ocazia redactării studiului, sau al jurnalului de cercetare trebuie să separăm clar întâmplările, interpretarea cercetătorului şi interpretarea autohtonă. Cercetătorul trebuie întotdeauna să (re)cunoască rolul pe care îl joacă într-o situaţie şi să scrie despre sine însuşi într-un mod reflexiv.

În cazul efectuării unei cercetări cu ajutorul observaţiei participative, cercetătorul este, adesea, martor al unor întâmplări şi informaţii *interioare*, pe care cei din zonă nu le-ar împărtăşi altora. Câteodată, însă, acestea oferă cele mai importante rezultate ale cercetării. Cercetătorul trebuie să pondereze, dacă publicarea rezultatelor poate înfăţişa oamenii din zonă într-o situaţie nefavorabilă. Chiar şi acele rezultate care sunt considerate importante pot fi publicate, doar dacă avem convingerea, că cei în cauză le-ar publica şi ei. Folosirea numelor false, sau anonimatul nu ne este de folos, deoarece oamenii comunităţii locale pot recunoaşte persoanele respective pe baza diferitelor caracteristici.

Abc-ul observaţiei participative

În cele ce urmează trecem în revistă cele mai importante elemente ale observaţiei participative pe baza cercetărilor lui Taylor şi Bogdan (1984)[7], respectiv pe baza propriilor mele cercetări pe teren. Abc-ul metodologic este prezentat schematic pentru a fi mai uşor de urmărit, înţelegerea este ajutată de texte explicative.

După părerea lui Taylor şi a lui Bogdan observaţia participativă se desfăşoară după trei principii:

- Toată lumea să se simtă bine.
- Să avem strategie de teren şi tactici de culegere de date.
- Jurnalul de muncă pe teren să poată fi utilizat: cea ce nu este notat, nici nu există.

După cum am mai amintit şi în capitolul trecut, o temă „bună" de cercetare este acea care este şi o problemă localnicilor, ceea ce înseamnă, că se adaptează viziunii specifice terenului. Cercetătorul nu poate să ştie la început care vor fi chestiunile importante local, tema cercetării

[7] Taylor, Steven J. şi Robert Bogdan (1975) 1984: Participant Observation in the Field. In: Taylor, Steven J. and Robert Bogdan: Introduction to Qualitative Research Methods: A Phenomenological Approach to the Social Sciences. New York etc.: John Wiley and Sons, 40-78.

devine, astfel, ea însăşi rezultat al cercetării. Însă, modul specific în care problemele sunt văzute local poate fi descoperit doar în urma unui comportament degajat şi printr-o conversaţie lejeră. Pentru crearea unei atmosfere propice este necesar ca toată lumea – atât localnicii, subiecţii interviului, cât şi cercetătorul – să se simtă bine pe tot parcursul cercetării. În cazul cercetării cantitative, acest lucru nu este un criteriu necesar: mulţi sunt de părere că rezultatele vor putea fi folosite chiar dacă datele unui chestionar au fost recoltate cu ,,vai şi amar".

Cercetarea pe teren nu este o vacanţă, nu este de ajuns să ne simţim bine, trebuie să mai recoltăm şi date. „Strategia de teren" înseamnă să avem o viziune clară, care se referă la tehnicile pe care dorim să le folosim, la natura datelor pe care vrem să le recoltăm, şi la durata în timp a îndeplinirii sarcinii. La început mai puţin, însă pe măsură ce înaintăm cu cercetarea, rezultatele probabile ale acesteia pot fi planificate tot mai exact. Tehnicile de cercetare reprezintă acele metode concrete, şi/sau acele trucuri cu ajutorul cărora informaţiile necesare pot fi aduse la suprafaţă.

Cel mai important mijloc de stocare a datelor, care au fost culese cu ajutorul observaţiei participative, este jurnalul de teren. Din acest punct de vedere nu s-a prea schimbat lumea din timpul cercetărilor lui Bronislaw Malinowski. Deşi evoluţia tehnologică pune la dispoziţia cercetătorului folosirea altor mijloace – precum camera video, sau aparatul de fotografiat – totuşi cei mai mulţi antropologi au mai multă încredere în propriile simţuri şi din această cauză consideră că scrierea unui jurnal este cea mai bună metodă. Notiţele noastre, făcute pe moment, la ,,cald", păstrează multe experienţe proaspete, iar cea ce nu am notat, de obicei, este dat uitării. Pe acesta se bazează înţelepciunea antropologică: „cea ce nu este consemnat, nici nu există".

1. Integrarea

Potrivit unui aforism, pe parcursul unei cercetări, cercetătorul poate să întâmpine dificultăţi de trei ori: la începutul, în timpul ei şi la sfârşitul acesteia. Rămânând la început: toate cercetările pe teren încep cu sosirea pe teren a cercetătorului. Sosirea şi integrarea sunt momentele cele mai grele şi cele mai critice, datorită fenomenului de „şoc cultural" care poate apărea. De obicei, cercetătorul se simte singur, de multe ori este înconjurat de oameni necunoscuţi, datorită diferenţelor culturale nu poate dezvolta cunoştinţe noi, sau chiar invers, este considerat o ciudăţenie şi din această cauză oamenii sunt prea amabili cu el, poate fi arătat cu degetul. Deoarece la început cercetătorul nu cunoaşte nici caracteristicile terenului, nu ştie de exemplu unde este un anumit magazin, sau unde şi când se poate odihni, în perioada de acomodare este, deseori, flămând şi obosit, pericolul frustrării creşte datorită eşecului experimentat la început. Aceste probleme nu îi sunt de folos cercetării pe teren. Multe cercetări planificate eşuează chiar din momentul sosirii pe teren. Prezentăm aici nişte sugestii care pot ajuta în surmontarea dificultăţilor care apar în procesul de integrare şi prin care se poate evita eşecul:

- Ţelul principal este dezvoltarea unor relaţii de încredere.
- În faza de început, în perioada integrării, încă, să nu încercăm să recoltăm date.
- Nu trebuie neapărat să facem cunoştinţă întâi cu oamenii, ci mai degrabă să ne familiarizăm cu terenul.
- Să încercăm să ne simţim bine. Ingredientul de bază al cercetării pe teren şi al dezvoltării relaţiilor cu oamenii din jur, sunt toanele bune şi emanaţia pozitivă a cercetătorului.
- Să încercăm să ne odihnim mai mult ca de obicei: cercetătorul obosit nu este sigur pe sine pe teren.

- Să luăm notiţe într-un jurnal de cercetare pe teren. Scrierea jurnalului „ne recreează" în mediul necunoscut, şi totodată ne ajută să stocăm acele „prime impresii" pe care mai târziu le-am uita.
- Să ne raportăm la teren ca un explorator, ca şi când nimeni nu ar mai fi fost în acel loc înaintea noastră. Să facem cunoştinţă cu oricine şi cu orice. Nu trebuie să ne lăsăm influenţaţi de părerea predecesorilor noştri, nici de propria noastră temă.
- *Trucurile de socializare* fac parte din tacticile care pot fi utilizate pe teren. Nu există o reţetă general valabilă, însă, de exemplu, un pseudo-chestionar poate fi o metodă bună (ne oferă ocazie să oprim câţiva indivizi cărora să le punem nişte întrebări nestructurate), sau să ne înscriem într-o organizaţie civilă locală (grup de dans, echipă de fotbal). Dacă cercetătorul este destul de deschis şi sincer, oamenii observă acest lucru şi îi va fi uşor să facă cunoştinţă cu oricine.
- Să mergem pe teren acompaniat de o altă persoană. Deşi este recomandat ca observaţia participativă să fie efectuată de o singură persoană, la început este mai uşor dacă avem lângă noi pe cineva cunoscut. Primele experienţe pot fi împărtăşite cu acesta şi astfel avem un punct de referinţă exterior. Compania lui ne ocroteşte de singurătate şi de dezamăgire.

2. Rolul

Pe parcursul efectuării observaţiei participative avem un dialog: punem întrebări şi suntem întrebaţi. Un fenomen surprinzător este faptul că localnicii sunt la fel de interesaţi de persoana cercetătorului ca şi el de aceştia. Cercetătorul trebuie să răspundă, de cele mai multe ori, la întrebarea ce caută el de fapt acolo. Răspunsul dat la această întrebare este de o importanţă majoră. Acest răspuns defineşte rolul cercetătorului pe teren, iar rolul la rândul lui delimitează sfera informaţiilor pe care le va putea culege. Răspunsul, însă, nu ne este chiar la îndemână. În primul rând, cercetătorul nu ştie cu precizie ce caută acolo, în capitolul trecut am precizat că temele cu adevărat esenţiale sunt descoperite de-a lungul cercetării. În al doilea rând, cercetătorul îşi formulează temele de cercetare pentru sine însuşi la un nivel mai abstract, iar acesta ar fi greu de tradus pe limbajul mediului. Un răspuns de genul: „Eu aş dori să mă preocup cu cartografierea structurilor cognitive care rezultă din relaţia în care vă raportaţi Dumneavoastră la timp", deşi ar fi adevărat, totuşi nu ar mulţumi curiozitatea localnicilor. Datorită acestui lucru, scopul nostru este să ne asumăm un rol social care s-ar putea să nu acopere în totalitate scopul cercetării, însă cu ajutorul căruia putem să exprimăm ţelul nostru localnicilor într-un mod simplu, inteligibil.

- Trebuie să dăm un răspuns clar la întrebarea de unde am venit şi ce dorim aici.
- Rolul asumat să nu fie unul fals.
- Rolul asumat să fie formulat pe limbajul terenului şi nu pe limbajul cercetării.
- Rolul asumat să fie unul pe care putem să ne-o asumăm pe durata întregii cercetări. Nu putem să ne modificăm rolul mai târziu.
- Rolul asumat să fie imparţial: să nu ne amestecăm în conflictele interioare ale grupului.
- Rolul asumat să fie independent: cercetătorul să încerce să dezvolte multiple legături, asumându-şi rolul de „punte".

În literatura de specialitate a antropologiei şi a etnologiei există mai multe exemple în ceea ce priveşte asumarea unui rol bun. Prezint aici două exemple contemporane. Antropologul, György Szeljak a petrecut mai mulţi ani în Mexic, în ţinutul *Huasteca* printre indienii *nahua.*

Printre temele sale de cercetare s-a numărat percepţia asupra timpului a comunităţii locale, conceptele religioase, raportul comunităţii cu modernizarea. Deoarece, la început, i-ar fi fost greu să îşi exprime temele pe înţelesul localnicilor şi să-şi facă temele acceptate, a spus că doreşte să înveţe limba lor, *nahua*. Rolul său a fost în sincron cu planul cercetării, deoarece a vrut într-adevăr să înveţe limba respectivă. Asumarea unui rol clar şi adecvat l-a ajutat să dezvolte nişte relaţii de încredere pe care s-a putut baza în timpul cercetării.

Celălalt exemplu este practica taberelor de cercetare rurală, desfăşurată sub egida Facultăţii de Economie din Budapesta[8]. În cadrul practicii cercetărilor pe teren, mai multe duzini de studenţi lucrează concomitent în grupuri mici, după planuri de cercetare individuale. Este necesară asumarea unui rol comun, la care referându-se, grupurile pot lucra nestânjenite. Acesta este rolul *dezvoltatorului teritorial*: studenţii pregătesc studiul preliminar al concepţiei de dezvoltare a aşezării. Acest răspuns este de obicei pe înţelegerea tuturor, şi poate fi acceptată de localnici, fiind un lucru adevărat, deoarece rezultatele cercetării sunt transmise de către Facultate consiliului local, care poate să le folosească în conceperea programelor de dezvoltare. Aceste grupuri de cercetare s-au putut ocupa cu diferite teme ca, de exemplu, religiozitatea locală, minorităţi etnice, strategii economice locale.

3. Relaţie şi raportare

S-a mai amintit că pentru o culegere bună de date este necesară dezvoltarea unei „ relaţii de încredere". În limba engleză cuvântul *rapport* este folosit pentru a defini relaţia mutual echilibrată dintre teren şi cercetător, în limba română acest lucru este redat de noţiunile relaţie şi raportare. Informaţiile care apar spontan, într-un mod nedirijat pe parcursul cercetării pe teren, pot avea deseori un rol important. Faptul, că cercetătorul este un necunoscut poate fi jenant, din această cauză putem spune că avem o relaţie bună atunci, când cercetătorul şi terenul par nişte *cunoştinţe* unul altuia. Este nevoie de o apropiere bilaterală: cercetătorul să se facă acceptat şi să facă acceptat faptul că investighează, însă între timp, să se străduiască să se conformeze cât mai bine la teren. Următoarele câteva sugestii uşurează realizarea acestei apropieri bilaterale:

- *Să ne comportăm* după obiceiul localnicilor: rutina zilnică, obiceiurile igienice, mesele noastre să fie la fel cu cel obişnuit ale localnicilor.
- *Învăţarea limbii* stă la baza relaţiei de încredere. Dacă cineva cercetează în limba lui maternă, atunci este necesar ca el să-şi însuşească dialectul, argoul, limba vorbită local.
- Cercetătorul să manifeste *o curiozitate sinceră* pe teren, lucru uşor în cazul în care tema cercetată este cu adevărat interesantă.
- *Să vorbim* deseori „doar aşa" şi despre alte teme, diferite de tema cercetării, care îl interesează sincer atât pe cercetător cât şi pe localnici (copii, maşini, femei, bărbaţi etc.). Să fie interesat de tot ce îl înconjoară.
- *Să iniţiem apropierea*: oamenii se aşteaptă la acest lucru din partea cercetătorului, el fiind acela care doreşte ceva de la ei.
- Dacă *dăm o mână de ajutor,* acesta poate să ne ajute să dezvoltăm relaţii personale: scrierea, sau traducerea unui act oficial, îngrijirea copiilor, cărarea unor lucruri, sunt lucruri nesemnificative la care cercetătorul poate să se ofere voluntar.
- Să ne străduim să dezvoltăm o relaţie de parteneriat, de egalitate.

[8] www.bkae.hu/antropologia

- Să nu fim perdanţi: să *valorăm mizele locale* şi conform rolului nostru să fim părtaşi la izbânzile locale. Altfel s-ar putea să fim consideraţi inapţi, fraieri, sau oamenii vor considera că lucrurile importante pentru ei pe noi nu ne interesează.
- Să nu reprezentăm o *concurenţă*: cercetătorul să nu devină o figură de centru al puterii locale, să nu dorească să-şi împlinească personalitatea pe teren, şi să nu îi aducă pe localnici într-o situaţie defavorabilă.
- În cazul unor grupuri care sunt într-o situaţie de competiţie, cercetătorul să nu fie de partea nici unuia, să încerce să îşi asume un rol de „punte".
- *Sinceritate pentru sinceritate.*

Deviza *sinceritate pentru sinceritate* se bazează pe observaţia că în timpul cercetării pe teren (la fel ca în orice situaţie de comunicare simetrică) putem primi exact atâtea informaţii, câte oferim. Oamenii ni se deschid, de multe ori, doar dacă şi noi vorbim în mod deschis despre noi înşine, despre experienţele noastre. Cercetătorul, dacă doreşte să primească răspunsuri sincere şi deschise, la rândul său, trebuie să dea şi el răspunsuri sincere şi deschise. Cercetătorul, care bate câmpii, şi nu este sincer în legătură cu întrebările care se referă la cariera, sau viaţa sa particulară, acela nu va obţine răspunsuri sincere la întrebările sale.

4. Informator cheie

În timpul cercetării - deşi cercetătorul încearcă să dezvolte multiple legături personale - el va realiza o relaţie de încredere mai adâncă cu unul, sau două persoane, cum ar fi gazda lui, sau un amic local. Cu acesta vom împărtăşi cele văzute şi experimentate local şi acesta va fi cel care ne va interpreta cu observaţii scurte aceste trăiri în context local. Această persoană este numită informator cheie, sau *furnizor de date cheie*. Rolul său este un „rol cheie" doar din perspectiva subiectivă a cercetătorului. În legătură cu informatorul cheie este bine de luat în considerare următoarele:

- Într-o situaţie *fericită* chiar la începutul cercetării găsim un personaj local cu care putem să dezvoltăm o relaţie de încredere reciprocă.
- Într-o situaţie *fericită* informatorul nostru cheie nu ocupă un loc marginal în comunitatea locală (cu excepţia situaţiei când cercetăm exact acest fenomen).
- În timpul cercetării este indicat, ca din când în când, să cerem părerea informatorului nostru cheie despre un anumit eveniment, sau despre o anumită persoană.
- Imaginea terenului pe care o va avea cercetătorul va oglindi, în mare măsură, imaginea informatorului cheie. În principiu acesta nu este un lucru rău, însă trebuie să clarificăm acest lucru în jurnalul de teren, sau în raport.
- În jurnalul de teren trebuie să specificăm poziţia socială şi punctul de vedere al informatorului cheie.

5. Situaţii dificile

După ce cercetătorul a reuşit să se integreze în comunitatea locală şi a reuşit să dezvolte relaţiile necesare cercetării, cercetarea ar trebui să decurgă, de obicei, fără probleme. Însă, pot apărea situaţii dificile, ca de exemplu:

- Cercetătorul diferă de mediu (datorită culorii pielii sale, sexului, vârstei etc.).
- Cercetătorul oboseşte.
- Ne dăm seama că comportamentul nostru a jignit normele localnicilor.

- Participanţii se ceartă şi cercetătorul s-ar evapora cu cea mai mare plăcere.
- Comportamentul comunităţii locale jigneşte normele noastre.
- Comunitatea se aşteaptă să ne asumăm o atitudine pe care, din motive etice, nu ne permitem.

După ce cercetătorul a petrecut un timp îndelungat pe teren şi ca un rezultat al acestuia se simte, deja, ca un localnic, îi este din ce în ce mai greu să suporte uimirea oamenilor în ceea ce priveşte accentul său, propunerea lor de a-i arăta împrejurimile pe care el, deja, le cunoaşte şi îi este greu să zâmbească la anecdotele pe care le-a auzit, deja, de nenumărate ori. Singurul lucru pe care îl poate face este să aibă răbdare: nu toţi localnicii pot să ştie ce fel de informaţii are cercetătorul despre teren. Este important ca cercetătorul să primească apropierea lor la fel ca la începutul cercetării, când a avut nevoie, într-adevăr, de bunăvoinţa lor.

În timpul petrecut pe teren, cercetătorul poate să obosească. Când cei care doresc să înveţe o limbă străină, călătoresc într-un mediu de limbă străină experimentează deseori, că, pe când la început nu pot rosti un singur cuvânt, cu timpul, abilităţile lor de comunicare se dezvoltă, pot să îşi valorifice vocabularul pasiv etc. Această fază poate fi urmată de o cădere, când este convins de faptul că nu mai ştie nici atât ca înainte de sosire. Este un lucru caracteristic, ca omului să i se pară că-şi aude limba sa maternă la tot pasul. Oboseala va trece fiind urmată de o fază în care omul va fi mai sigur de cunoaşterea limbii străine. Această oboseală ciclică, cunoscută din învăţarea unei limbi, se observă şi în timpul cercetării pe teren.

În cadrul procesului de însuşire, această fluctuaţie de spirit se datorează, deseori faptului, că cercetătorul descoperă că nu s-a comportat cum trebuia. În loc de alte explicaţii vă dau un exemplu: în 1992 am făcut o cercetare pe teren în Ököritófülpös. În prima seară, când am ajuns în sat am cumpărat lapte proaspăt, deoarece era preferatul tuturor. În dimineaţa următoare, primarul ne-a primit cu replica: „haideţi copii, să discutăm chestiunile satului lângă un pahar de lapte". Am aflat, astfel, că în Szatmár doar copii beau lapte, nu se cuvine ca bărbaţii să bea lapte.

Un lucru şi mai neplăcut este când omul este martor la o ceartă fără voia lui. În aceste cazuri, cel mai bine este să plecăm de la locul respectiv şi mai târziu să ne comportăm ca şi cum nimic nu s-ar fi întâmplat. În cazul unei dispute locale cercetătorul nu poate fi un arbitru, chiar dacă are o opinie proprie despre chestiune. Ţelul nostru nu este niciodată să schimbăm comunitatea locală, ci doar să o cunoaştem.

Este recomandat ca în aceste situaţii grele să nu ne sperie dificultăţile, nu trebuie să sistăm cercetarea. Este bine să facem o mică pauză, să ne recreăm, poate să dăm o fugă până acasă, unde putem să reflectăm mai bine asupra experienţelor trăite. O singură excepţie poate fi admisă, când normele locale jignesc sensibilitatea cercetătorului. Literatura de specialitate a antropologiei ne poate da multe exemple. Elizabeth Marshall Thomas[9] (1965), de exemplu, a fost martoră la un obicei dintr-o familie *dodot* din Uganda de nord, conform căruia dinţii din faţă a fetelor au fost smulşi. Acesta a fost un eveniment cumplit: această intervenţie stomatologică a fost executată de fraţii fetelor, unul dintre aceştia le-a imobilizat şi le-a pus căluş în gură, în timp ce celălalt le-a scobit dinţii de la locul lor cu o sulă. Antropologul a fost cuprins de părere de rău; însă nu a intervenit deoarece s-a gândit că dacă aceste fetiţe nu trec prin acest ritual acum, mai târziu vor întâmpina dificultăţi în mediul lor.

Cercetătorul nu are voie să schimbe societatea cercetată nici măcar în cazul în care nu este de acord cu normele acesteia. Însă, în cazul în care aceste norme locale jignesc sensibilita-

[9] Thomas, Elizabeth Marshall 1965: Warrior Herdsman: The Story of the Dodoth Tribesmen of Northern Uganda. New York: Alfred A. Knopf.

tea cercetătorului într-o măsură pe care el nu o poate accepta atunci - şi doar atunci – el trebuie să înceteze cercetarea pe teren şi să caute un teren care să fie mai aproape de personalitatea lui. O astfel de decizie nu reprezintă fugă de la locul sarcinii, sau ceva ruşinos; nimeni nu s-a născut cu darul de a se simţi în largul său pretutindeni în lume, sau în oricare mediu cultural.

6. *Tactici de cercetare pe teren*

În timpul muncii pe teren dorim ca localnicii să ni se confeseze în legătură cu unele probleme. Pentru atingerea acestui ţel există mai multe tehnici, mici trucuri:

- Să ne prefacem că suntem neştiutori, ori naivi.
- Toată lumea devine ghid cu plăcere în mediul lui înconjurător.
- Să ne clarificăm rolul şi ce anume cercetăm.
- Să putem răspunde întotdeauna la întrebarea „de ce aţi întrebat acest lucru".
- În locul întrebărilor precise dar complicate mai bine să punem întrebări care să fie pe înţelesul tuturor.
- Trebuie să ştim nu numai ce dorim să întrebăm, dar şi ce nu dorim să întrebăm.
- Să fim la locul potrivit la momentul potrivit.
- Să facem (sau cerem) poze, desene, schiţe, notiţe.

De obicei, oamenii atunci explică ceva sincer şi cu lux de amănunte când constată, că partenerul lor de conversaţie este neiniţiat. Dacă partenerul de conversaţie are şi dânsul informaţii temeinice despre tema respectivă, atunci oamenii adesea cred, că nu are sens să îşi exprime părerea, sau tind să vorbească despre un lucru acaparant, despre care speră că cercetătorul nu a auzit încă. De aceea este bine să ne prefacem că suntem neştiutori, sau naivi. Antropologul mexican, Larissa Adler Lomnitz, de exemplu, în 2003 a cercetat la Budapesta canalele de informaţie ale unor muncitori ceangăi din Moldova. Interpretul ei a venit la mine cu o întrebare discretă, referitoare la faptul că antropologul ar avea probleme cu memoria. A observat că Larissa Adler Lomnitz l-a întrebat pe fiecare muncitor de ce a venit să lucreze la Budapesta, şi după ce fiecare muncitor i-a explicat că salariul de aici este multiplul celui din România, cercetătoarea de fiecare dată şi-a ridicat privirea întrebătoare: „Vai! Multiplul?". De bună seamă, nu a fost nici o problemă cu memoria cercetătoarei, ci această mirare prefăcută a fost una dintre tacticile ei de cercetare pe teren, care de altfel s-a dovedit a fi eficientă: cei întrebaţi au început să prezinte din propriile perspective diferenţele dintre viaţa de acasă şi cea de aici.

Există teme despre care oamenii vorbesc cu plăcere şi există teme despre care nu vorbesc cu prea mare plăcere. Evident, cel mai indicat ar fi să îi întrebăm pe oameni întotdeauna despre temele despre care vorbesc cu plăcere. În realitate, de fapt, acesta este un lucru uşor. Poate fi de folos, dacă îi întrebăm pe oameni despre mediul lor înconjurător, de exemplu, despre istoria străzii pe care stau, sau despre obiectele din casele lor. Putem observa că oamenii, de obicei, ne ghidează cu plăcere în lumea lor mică, pe care, de multe ori, doar ei o cunosc. În timpul acestor ghidări pot apărea foarte multe amănunte care pot fi importante din perspectiva cercetării.

Pe parcursul interviurilor şi a observaţiei participative să nu ne îndepărtăm de rolul pe care l-am asumat la începutul cercetării. Dacă cineva, de exemplu, se ocupă cu dezvoltarea aşezărilor se înţelege că pune întrebări care se referă la circulaţie, sau la florile din grădină, însă dacă se interesează de preferinţele religioase ale indivizilor, poate ridica suspiciuni. Este foarte important, aşadar, ca rolul pe care îl asumăm la început să acopere cât mai bine toate planurile cercetării. Cel mai bun rol este cel real.

Cercetătorul trebuie să se aştepte ca în orice moment poate fi întrebat „de ce m-aţi întrebat acest lucru?”. Cine se încurcă în acest moment, ezită în răspuns, foarte probabil nu va putea termina interviul şi pune în pericol relaţia de încredere. La această întrebare trebuie să dăm un răspuns clar şi inteligibil, care este în concordanţă cu rolul pe care l-am asumat la începutul cercetării.

Avantajul observaţiei participative faţă de celelalte tehnici de cercetare este că aceasta nu obţine date (mai mult, NU în primul rând) prin conversaţie, sau luarea unor notiţe, ci prin observarea comportamentului omenesc. Dacă pe parcursul cercetării aşezărilor dorim, de exemplu, să aflăm cum este folosit spaţiul (în ce mod este folosită strada, sau piaţa în timpul săptămânii, la sfârşit de săptămână, sau în zilele de sărbătoare) atunci obţinem mai multe informaţii decât prin nenumărate interviuri, observând, sau cutreierând personal spaţiile respective în acele zile.

Pentru filmarea şi fotografierea oamenilor avem neapărată nevoie de relaţia corespunzătoare de încredere dintre aceştia şi cercetător. Fotografierea clădirilor, străzilor este recomandată, însă partenerii conversaţiei, participanţii evenimentelor pot lua în nume de rău fotografierea, filmarea. Pe parcursul unei cercetări aplicate nu avem întotdeauna destul timp să dezvoltăm o relaţie de încredere, din această cauză, dacă considerăm că este necesar, mai bine să cerem o fotografie de la partenerul de conversaţie. Pe baza fotografiilor cerute putem să vorbim despre multe chestiuni cu subiecţii interviului, care ar putea fi importante din perspectiva cercetării. Putem chiar să desenăm mediul înconjurător împreună cu acesta – despre acest lucru aflaţi mai multe în capitolul despre redactarea unei hărţi mentale.

7. Strategie de teren

Strategia de teren se referă la următoarele lucruri:

- durata cercetării pe teren.
- gospodărirea cu timp şi resurse financiare.
- tema cercetării, ipotezele şi aria datelor care trebuie obţinute.
- tehnici de cercetare.
- învăţarea limbii.

În cazul unei cercetări aplicate timpul de cercetare pe care îl avem la dispoziţie este în mod caracteristic de 1-4 luni, un timp mult mai scurt, decât în cazul unei cercetări antropologice pe teren.

După cum am specificat în capitolul al doilea, este indicat să împărţim cercetarea pe două faze, în prima fază se efectuează o culegere de date nestructurată, apropiat terenului, iar cea de-a doua este faza structurată, planificată. Trebuie să menţionăm că între cele două faze avem nevoie de una intermediară, când cercetătorul se îndepărtează de teren, cântăreşte experienţele de până atunci, concepe, sau reformulează ipotezele, consultându-se şi cu alţi specialişti care pot vedea temele sale de cercetare „din exterior”. De obicei, este indicat ca prima fază să aibă o durată mai lungă, însă trebuie să rezervăm mai multe resurse financiare şi personale celei de-a doua. În cazul unei cercetări aplicate, planificată pe trei luni, (deşi nu există o reţetă fixă) este productiv ca, de exemplu, timp de o lună şi jumătate să dedicăm orientării locale, după care să ne retragem pentru două săptămâni, timp în care să redactăm schiţa viitorului nostru studiu. În acest răstimp trebuie formulate ipotezele, specificate aria datelor ce urmează a fi recoltate, respectiv sfera tehnicilor adecvate de culegere de date. După acesta, timp de alte două săptămâni, trebuie să strângem date cantitative (cu implicarea unui aparat mai mare) pentru a lua o decizie în cazul problemelor controversate, iar în ultimele două săptămâni verificăm rezultatele şi scriem studiul.

Unul dintre elementele cheie ale cercetării pe teren este *învăţarea limbii*. Să nu ne gândim că trebuie să învăţăm o limbă „străină", ci mai degrabă să ne gândim la faptul că trebuie să ne însuşim lexicul, dialectul, vocabularul, semnificaţiile locale. În timpul cercetării pe teren şi în timpul interpretării să avem în vedere faptul că semnificaţiile locale sunt valabile doar în contextul local. Observaţiile nu sunt interpretate local la fel cum sunt interpretate de către cercetător, nici măcar în cazul în care acesta face cercetări în aşezarea în care trăieşte el însuşi.

8. *Observaţia şi întocmirea notiţelor*

- În loc să ne bazăm pe consemnări, cameră video, sau dictafon, cel mai bine este să apelăm la memoria noastră.
- Importanţa jurnalului: ceea ce nu este consemnat, nici nu există.
- Să avem grijă ca propriile noastre comentarii şi interpretări să nu se amestece cu experienţele.
- Să alcătuim şi să completăm lista fenomenelor neînţelese. Ideile cele mai originale, de multe ori, rezultă tocmai din cercetarea acestor fenomene.

Cercetătorul observaţiei participative are mai mare încredere în propria sa memorie pe termen scurt, decât în notificările făcute în timpul cercetării, în dictafon, sau într-o cameră video. Acest lucru nu se datorează conservatorismului, ci cerinţei ca terenul să fie cât mai neatins, să se dezvăluie în forma lui cea mai pură cercetătorului. În afară de influenţa pe care o exercită cercetătorul asupra mediului, nu este greu de recunoscut că, de exemplu, în cazul unui interviu între două persoane, apariţia unei camere video poate cauza „trac" şi intervievatul devine stânjenit, din cauza stresului poate să-i tremure vocea, supra-interpretează răspunsurile, sau va dori să corespundă unor aşteptări. Reportofonul este la jumătatea drumului dintre cameră şi nimic; nu cauzează neapărat trac, însă partenerul de interviu cântăreşte ce, şi în ce fel să spună, şi este predispus să treacă sub tăcere unele lucruri. Relaţia de încredere compromisă şi prin apariţia unei singure coli de hârtie. O mulţime de cercetători s-au referit la faptul că, în momentul în care au întins mâna după hârtie şi stilou, intervievatul a întrebat aproape îngrozit: „doar nu vreţi să notaţi aceste lucruri?" ori „acest lucru să nu-l notaţi totuşi astfel". În cadrul interviurilor, de multe ori, este bine să ne încredem în memoria noastră, notând cele auzite la scurt timp după discuţie. Memoria se poate dezvolta! Expresiile cheie să le citărm cu exactitate în text, aşa cum s-au rostit, fără să le schimbăm pe cuvintele noastre.

Luarea de notiţe şi filmările întotdeauna deranjează mediul în care cercetăm, din această cauză pot fi folosite doar după ce s-a dezvoltat deja relaţia de încredere. Rularea unui film de antropologie, de exemplu, este posibilă doar pe fundalul unei relaţii de încredere personală. În cadrul unei cercetări aplicate, de obicei, nu avem timp suficient pentru aşa ceva.

Memoria omului este, de obicei, înşelătoare. Suntem predispuşi să înzestrăm cu explicaţii, sau să uităm tot ceea ce nu înţelegem. Deşi toate acestea sunt valabile şi în ceea ce priveşte memoria noastră pe termen scurt, totuşi este indicat să notăm totul cât mai aproape în timp de evenimentul respectiv. Informaţiile care nu au fost notate la timp vor fi uitate sau răstălmăcite. Cel mai indicat este să facem înscrieri în jurnal după fiecare eveniment, sau măcar în fiecare seară.

9. Jurnalul de muncă al cercetării pe teren

Jurnalul de muncă al cercetării pe teren este cea mai importantă metodă de stocare a datelor unei cercetări antropologice. Mai demult jurnalul de teren a fost scris ca un adevărat jurnal -

cu stiloul într-un caiet. În zilele noastre cercetătorul îşi scrie mai degrabă jurnalul direct pe calculator. Avantajul acestui lucru este, că nu trebuie luate în seamă multe cerinţe formale care mai demult au făcut scrierea jurnalului anevoioasă. O astfel de incomoditate este, de exemplu, regula 1/3-2/3 care prevede împărţirea paginilor jurnalului pe două părţi: pe partea mai mare ne-am făcut notările, iar pe partea mai mică (de o treime) puteam scrie notările ulterioare. Taylor şi Bogdan scot în evidenţă faptul, că aproape de jumătatea amintirilor noastre nu ne aducem aminte în momentul scrierii jurnalului, ci doar mai târziu, când dintr-un motiv sau altul (uitându-ne la fotografii sau povestind) ni le reamintim. O altă regulă este ca temele şi cuvintele cheie ale diferitelor alienate să le notăm pe margine, ca mai târziu, când răsfoim jurnalul după anumite teme, să ne fie mai uşor găsirea unor pasaje anume. Cu ajutorul calculatorului este desigur mult mai uşoară găsirea conceptelor cheie.

Chiar şi astfel, în scrierea jurnalelor de muncă este bine să ţinem cont de unele reguli:

- Jurnalul de muncă trebuie scris în fiecare zi. Mai bine să facem mai puţine observaţii, dar să avem timp pentru a le scrie în jurnal.
- La notarea fiecărui eveniment şi a fiecărei conversaţii să ne reamintim, cum a început şi cum s-a terminat.
- Locaţiile, ca, de exemplu, piaţa, interiorul unei camere, trebuie notate şi ele, şi schiţate (cu desen) chiar şi mişcările (cine unde s-a dus), dacă considerăm că acest lucru e necesar.
- Să notăm şi lucrurile obişnuite. Oamenii de obicei nu au notiţe despre lucrurile lor obişnuite.
- Să schimbăm obiectivul cu un unghi vizual mare pe o optică mică: mediul local poate fi surprins cel mai bine prin amănuntele sale.
- Să cunoaştem, şi în jurnal să recunoaştem rolul nostru. Să fim atenţi la noi înşine şi la influenţa pe care o exercităm asupra terenului.
- De anumite amănunte ne aducem aminte doar după mai multe zile sau săptămâni. Aceste amănunte trebuie introduse în aşa fel, încât ordinea cronologică a jurnalului să nu se schimbe.
- Ne ajută şi faptul dacă scriem cuiva. Fiecare cercetător este predispus să noteze doar în linii mari, să nu prezinte în amănunt mediul înconjurător. Însă în cazul în care scriem o scrisoare (sau e-mail) trebuie să prezentăm terenul cu mai multă precizie.
- Ne este de folos dacă cineva citeşte jurnalul şi ne dă câteva sfaturi. „Ochiul din afară" observă uşor dacă un fenomen, pe care îl considerăm de la sine înţeles, necesită explicaţii, sau dacă explicaţia nu este destul de convingătoare.
- Deoarece jurnalul poate ajunge şi în mâinile altora, să folosim pseudonime, iar corespondenţele pseudonimelor să le scriem pe o altă foaie. În cazul publicării trebuie să fim şi cu mai mare băgare de seamă deoarece personajele, chiar dacă apar cu pseudonime, pot fi uşor identificate în comunitatea locală.
- Să ne salvăm jurnalul de mai multe ori, sau să facem copii după el. Originalul deseori se pierde.
- Jurnalul care este bine scris poate fi folosit nu doar pentru o publicaţie, ci pot fi folosite într-un şir întreg de scrieri.
- Să alcătuim şi să completăm lista fenomenelor neînţelese. Ideile cele mai originale de multe ori sunt rezultatul examinărilor acestor fenomene.

10. Limitele posibilităţilor unui studiu

Cu ocazia culegerii de date structurate se poate întâmpla ca toate rezultatele culegerii să fie publicate. Rezultatele observaţiei participative sunt nestructurate şi ramificate. Trebuie să fim conştienţi de faptul că o mare parte a experienţelor nu va fi niciodată redactată, publicată. Ca urmare a cercetării nestructurate însă, jurnalul de muncă al cercetării pe teren poate sta la baza mai multor studii. Marii antropologi precum Margaret Mead, Bronislaw Malinowski au fost celebri prin faptul, că au utilizat rezultatele cercetărilor din tinereţe pentru cercetări de mai târziu cu teme cu totul diferite. Jurnalele lor amănunţite pot fi studiate cu rezultate şi de posteritate.

Nu este nici o problemă, mai mult, este perfect normal, ca în jurnal să rămână informaţii neexploatate, nepublicate. Un studiu bun nu are caracter ramificat - ca şi jurnalul, nu reflectă totalitatea cunoştinţelor noastre, ci doar experienţele legate de o temă.

Scrierea studiului este de fapt şi vremea interpretării, acum trebuie să „tălmăcim" cunoştinţele locale pe limbajul „experienţei depărtate" a ştiinţei. Reţeaua de semnificaţii a noţiunilor oamenilor observaţi în propriul lor mediu nici atunci nu este neapărat identică cu cea a cercetătorului, sau a viitorului cititor al studiului, când aceştia din întâmplare trăiesc în aceeaşi aşezare.

11. Retragere de pe teren

Cea de-a treia situaţie grea din timpul cercetării pe teren este momentul în care ne luăm rămas bun. Părăsirea terenului. Regula de bază se poate formula într-o singură idee: să plecăm astfel încât să ne putem întoarce oricând.

Cercetătorul observaţiei participative, după cum am mai menţionat şi înainte, nu a lucrat doar, ci şi-a petrecut o bucată din viaţa sa pe teren. Dacă şi-a făcut munca cum trebuie atunci la sfârşitul cercetării oamenii au început să-l placă şi el a început să se ataşeze de oamenii locului. S-ar putea să ne fie mai uşor să ne luăm rămas bun de la localnici, dacă ne pregătim şi îi pregătim şi pe ei de la începutul cercetării, că ne aflăm pe teren doar temporar. Relaţiile de încredere, prieteniile cu caracter limitat în timp sunt, desigur, lucruri ciudate.

Există două reguli importante:

- Să nu ne amăgim şi să nu îi amăgim nici pe localnici, că legăm prietenii pe viaţă dacă ştim că cercetarea noastră este doar de câţiva ani.
- Să facem doar promisiuni pe care le putem ţine şi care pot fi îndeplinite în intervalul de timp pe care îl petrecem pe teren.

Câteva exemple practice

Inginerii în materie de circulaţie rutieră folosesc deseori „măsurarea traficului" pentru obţinere de date, pentru evaluarea traficului de autoturisme. Cercetătorul de teren poate să ajungă, însă, la nişte concluzii mai bogate prin citirea jurnalului său: poate măsura circulaţia bicicletelor şi a pietonilor în acelaşi spaţiu, poate să evalueze dacă o circulaţie o încurcă pe cealaltă, poate să cerceteze cine umblă cu maşina şi cine umblă pe jos, poate să îi întrebe pe oameni de ce folosesc tocmai autoturismul, iar la urmă – ca cercetător participativ - poate să meargă şi el cu bicicleta percepând astfel reacţiile pietonilor şi a conducătorilor auto etc.

Celălalt exemplu, tot în legătură cu circulaţia: turiştii sosiţi într-o ţară străină consideră că o mare deficienţă a ţării este lipsa diferitelor indicatoare, panouri. Cel mai bun instrument de amplasare al indicatorilor de circulaţie şi de informare este cel al observaţiei participative,

şi nu al cartografierii. Faptul că proiectantul pur şi simplu iese pe teren şi încearcă să ghicească unde ar fi nevoie de astfel de indicatoare, asigură deja un succes parţial. Însă mai productiv este să străbată drumurile împreună cu nişte străini, observând unde caută aceştia indicatoare rutiere, panouri de informare.

Un element important al sistematizării este definirea funcţiei fiecărei zone a unei aşezări umane. În cadrul acestor sistematizări, diferitele părţi ale aşezării pot fi demarcate, de exemplu, ca zonă de turism, de divertisment, de prestaţii servicii, zonă rezidenţială etc. Această încadrare determină mai târziu în mare măsură utilizarea reală al spaţiului respectiv. Funcţia planificată unui teren este uşor de tradus în practică dacă aceasta corespunde practicii actuale de folosinţă de către locuitorii zonei, de către cei care lucrează, sau trec pe acolo. O astfel de planificare este posibilă doar dacă cercetătorul participă - petrece timp pe teren.

Câteodată informaţiile utile pot fi adunate mai eficient din rutina obişnuită a oamenilor, decât din observarea comportamentului lor: un exemplu bun pentru acesta este faptul că adesea trotuarele sunt executate doar cu vreo doi ani mai târziu după predarea un parc de locuinţe – traseul şi lărgimea lor fiind în concordanţă cu cărările bătute de pietoni în acest răstimp. Informaţii utile pot fi aflate şi din urmărirea inscripțiilor de pe pereţi, din observarea porţiunilor unde gardurile sunt stricate, sau identificarea locurilor unde oamenii fac mizerie, şi a acelora unde nici nu le trece prin cap să facă aşa ceva.

În formarea spaţiilor comunitare publice cea mai bună soluţie este cea conformă cu strategiile existente şi observate de folosinţă a spaţiului. De exemplu prin observarea bicicliştilor pot fi proiectate drumurile pentru biciclişti, iar accesibilitatea clădirilor se poate dezvolta prin observarea participativă al comportamentului oamenilor cu dezabilități motrice.

IV. Interviu cu focus-grup

Introducere

Istoria teoriei

Când este indicată efectuarea unei cercetări cu focus-grup?

Probleme de etică

Focus-grupul în practica cercetării

Abc-ul focus-grupului

Studii de caz, exemple

Texte în chenar

Ágnes Szanyi: Moderatorul cercetării unei aşezări

Introducere

Cercetarea cu focus-grup este o tehnică de interviu. Tot ce a aflat cititorul până acum despre interviuri din literatura de specialitate, ca de exemplu, că interviurile pot fi structurate, sau nestructurate, sau cum se întocmeşte un ghid de interviu, respectiv ce fel de greutăţi pot apărea în timpul punerii întrebărilor, este valabil şi în cazul interviului cu focus-grup. Singura diferenţă dintre interviul cu focus-grup şi celelalte tehnici de interviu, este că interviul tradiţional reprezintă o interacţiune dintre două persoane, dintre cercetător şi subiectul interviului, iar interviul cu focus-grup reprezintă comunicarea interactivă dintre mai multe persoane. Cercetătorul are o funcţie specială în acest grup, el fiind numit, în limbajul de specialitate, *moderator,* acea persoană care conduce (*moderează*) întreaga discuţie. Deşi diferenţa dintre aceste tehnici de interviu poate părea mică, datorită faptului că în cazul uneia stăm de vorbă cu o persoană iar în cazul celeilalte tehnici cu mai multe persoane, totuşi interviul cu focus-grup diferă de celelalte tehnici de interviu prin calitate.

Cea mai mare valoroasă caracteristică a cercetării cu focus-grup este *interacţiunea.* Pe parcursul investigaţiei cercetătorul se întâlneşte personal cu membrii grupului ţintă (prin acest lucru diferă de interviurile cu chestionar), respectiv se întâlnesc şi membrii grupului, interacţionează (prin acest lucru diferă de interviul în adâncime). În afară de răspunsurile concrete date de oamenii intervievaţi, gesturile care însoţesc aceste răspunsuri, comentariile şi particularităţile de dinamica grupului (dezbaterile, nedezvăluirea părerilor) reprezintă informaţii importante. Un merit aparte al cercetării cu focus-grup este faptul că este o metodă mai adecvată pentru „modelarea" dezbaterilor sociale şi pentru formarea părerilor colective, decât alte metode; în cazul sondajelor cu chestionar, sau al unui interviu individual informaţiile care se referită la dinamica grupului nu sunt aduse la suprafaţă.

Acest manual consacră un întreg capitol pentru prezentarea metodologiei interviului cu focus-grup, deoarece este vorba de o tehnică puţin cunoscută şi la fel de puţin folosită atât în ştiinţele sociale cât şi în practica de planificare a aşezărilor din zilele noastre. De multe ori, se enunţă păreri conform cărora focus-grupul nu poate fi considerat o metodă de cercetare ştiinţifică. Aceste păreri se bazează, fireşte, pe nişte experienţe în care aplicarea sa în practică a fost defectuoasă. Este adevărat că în zilele noastre tehnica focus-grupului este folosită în bună parte în cercetarea de piaţă, iar uneori rezultatele – dat fiind faptul că cercetările aplicate mereu se află în dificultate financiară şi temporară - sunt interpretate în mod neadecvat. Acest capitol doreşte să „reabiliteze" metoda focus-grupului, să clarifice când este indicată folosirea acestei metode şi la ce fel de rezultate ne putem aştepta.

Când am scris acest capitol am luat în considerare practica de instruire sociologică, fiind convins că cititorul are cunoştinţe premergătoare despre modul în care se aplică tehnicile de interviu şi de chestionar. Acelora, care nu au învăţat despre tehnicile de interviu, sugerăm din literatura recomandată textele lui *Steinat Kvale şi Earl Babbie*.

Istoria teoriei

Printre antecedentele metodologice ale cercetării cu focus-grup sunt amintite cercetările pe teren al lui Bronislaw Malinowski[1], care, potrivit celor scrise în jurnalul său[2], a efectuat

[1] De exemplu: Frey, James H. Şi Andrea Fontana 1991: The Focus Group in Social Research. In: *The Social Science Journal 28*/2: 175-187.

[2] Malinowski, Bronislaw 1967: *A diary in the strict sense of the term*. New York: Harcourt, Brace and World.

cercetări cu interviuri în grup, însă asupra rezultatelor acestora nu se referă în publicaţiile de mai târziu. În ciuda acestui lucru, în antropologie, tehnica de recoltare de date cu metoda focus-grupului nu a fost considerată o tehnică de cercetare aparte vreme îndelungată. Termenul de „interviu în grup" a apărut pentru prima dată, în literatura de specialitate în 1926, în scrierea lui Emory Bogardus[3]. În această perioadă Bogardus s-a ocupat cu probleme de etnie şi de alienare socială, iar peste ocean, în anii treizeci metoda aparent simplă şi ieftină s-a bucurat de mare succes în aplicarea pe teren în industria reclamelor care a început să câştige teren. Cercetările lui Herta Herzog, despre ascultătorii foiletoanelor radiofonice, au fost considerate de Merton ca prima punere în practică a interviului focusat.

Provocările apărute în al doilea război mondial au avut un rol important în dezvoltarea cercetării cu focus-grup. În 1941, Universitatea Columbia a primit însărcinarea de a măsura efectul filmelor şi a emisiunilor radio de propagandă militară. Cercetătorii, Paul Lazarsfeld şi Robert Merton, din cauza timpului scurt pe care l-au avut la dispoziţie, în loc să efectueze cercetările obişnuite cu chestionare şi interviuri în adâncime, i-au aşezat pe subiecţii interviului într-o sală de cinema, unde prin apăsarea unui buton aceştia şi-au manifestat aprobarea sau dezaprobarea legată de un film, sau o înregistrare audio. Metoda, cum o cunoaştem azi, s-a perfecţionat în timpul celui de-al doilea război mondial. Despre această metodologie a apărut un scurt referat deja în 1943, iar în 1946 Merton şi co-autorii lui au publicat observaţiile lor metodologice într-un articol[4], iar în 1956 într-o carte.

Titlul lucrării lui Merton, „interviu focusat" (focussed interview), se referă la faptul că pe parcursul interviului este intervievat doar un număr restrâns de persoane, ne concentrăm doar pe ei. O altă denumire a acestei metode este „interviu de adâncime în grup" (group depth interview)[5]. „Grupul" se referă la persoanele care sunt în contact unii cu alţii, indiferent dacă formează sau nu un grup social şi în afara situaţiei de interviu. „Adâncimea" se referă la caracterul informaţiilor căutate, care nu apar în cazul interacţiunilor obişnuite. „Interviul" reprezintă metoda de colectare a datelor, adică scopul unui membru al grupului (al cercetătorului) de a scoate la iveală informaţii. Metoda interviului în adâncime cu focus-grup a fost admisă treptat în diferite domenii ale ştiinţelor sociale de la începutul anilor şaizeci, în primul rând pentru clarificarea problemelor de cercetare şi pentru redactarea ipotezelor. Începând din anii şaptezeci s-a bucurat de mare succes în cazul cercetărilor aplicate, mai ales în cercetarea de piaţă şi în cercetarea opiniei publice cu scop politic, iar în zilele noastre este metoda cea mai general folosită.

Tehnica focus-grupului a fost influenţată, în mare măsură, de noile teorii ale psihologiei sociale din anii '80-'90. Aici, ne referim doar în câteva cuvinte la contradicţia dintre abordarea *esenţialistă* versus *constructivistă*. Abordarea esenţialistă este una mai veche, dominantă, însă şi în zilele noastre. După părerea esenţialiştilor, fiecare intervievat are o părere interioară, esenţială. În diferite contexte, ca de exemplu la influenţa presiunii grupului, această părere s-ar putea să nu apară, sau să apară doar într-un mod distorsionat, însă moderatorul trebuie să recunoască aceste influenţe, să le diminueze şi să aducă la suprafaţă răspunsurile „reale". Conform altor abordări, părerile nu pot fi considerate date, ci acestea *se construiesc* în fiecare situaţie conform *contextului* dat. În diferite condiţii, intervievatul se defineşte pe sine însuşi

[3] Bogardus, Emory S. 1926: The Group Interview. In: *Journal of Applied Sociology 10*: 372-382.

[4] Merton, Robert K. és Patricia L. Kendall 1946: The Focussed Interview. In: *American Journal of Sociology* LI. 541-557

[5] Trecerea în revistă a noţiunii s-a făcut pe baza celor spuse de Shamsadi şi Steward (1990). Shamdasani, Prem N. és David W. Steward 1990: *Focus Groups. Theory and Practice*. In: Applied Social Research Methods Series (20). Newbury Park etc.: SAGE

într-un mod diferit şi are păreri diferite. Conform abordării *constructiviste* deci, nu există o părere „esenţială", independentă de context. Acest lucru influenţează practica metodei focus-grupului în sensul că, în timp ce esenţialiştii focusează mai mult pe părerile auzite, constructiviştii se concentrează pe procesele de dinamica grupului, pe contextul formării părerilor.

Când este indicată efectuarea unei cercetări cu focus-grup?

Studiile de impact social, care se bazează pe analiza datelor secundare şi/sau pe măsurarea cu chestionare, de obicei pot fi bine completate cu rezultatele cercetărilor cu focus-grup. Putem efectua un interviu în grup şi prin combinarea focus-grupului cu alte metode calitative, ca de exemplu cu observaţia participativă sau cu şir de interviuri în profunzime. După părerea lui Shamdasani şi Steward (1990)[6] efectuarea unei cercetări cu focus-grup este indicată mai ales în următoarele cazuri:

1. pentru dezvoltarea unei imagini generale, pentru recoltarea informaţiilor secundare.
2. pentru schiţarea ipotezelor premergătoare.
3. pentru a facilita apariţia noilor abordări, a ideilor creative.
4. pentru a filtra greşelile potenţiale ale vreunui plan.
5. pentru colectarea asociaţiilor legate de o anume temă cercetată (de ex. produs, prestaţie).
6. pentru explorarea limbajului cercetării.
7. pentru verificarea calitativă a motivaţiilor unor rezultate obţinute prin cercetare cantitativă.

Am amintit, deja, faptul că mulţi cercetători au reţineri faţă de cercetarea cu focus-grup, ei sunt de părere că această metodă nu îşi are locul printre mijloacele de cercetare ştiinţifică. Reputaţia proastă a metodei cu focus-grup se datorează practicii greşite, conform căreia rezultatele cercetărilor (mai ales în cercetarea de piaţă) sunt interpretate în mod asemănător cu rezultatele cercetărilor cantitative. Deşi fiecare cercetător ştie, că în cazul numerelor mici de participanţi nu are sens să vorbim despre reprezentativitate, totuşi unii sunt de părere că dacă sunt suficient de multe grupuri şi luarea mostrei este făcută într-un mod destul de precaut, rezultatele cercetării pot fi considerate ca şi reprezentative, chiar dacă mărimea mostrei nici măcar nu se apropie de cele obişnuite la efectuarea unei cercetări cu chestionar. Din păcate, aceste rezultate sunt, deseori, interpretate în mod asemănător rezultatelor chestionarului, ceea ce înseamnă că sunt calculate divizări şi procentaje (chiar şi în cazul în care mostra este de sub o sută de unităţi!) şi ca urmare cercetătorii declară ce opinie are „majoritatea". Această abordare este greşită din mai multe puncte de vedere. În primul rând, pentru că pe parcursul analizei densitatea poate prezenta importanţă, cât timp pe parcursul interpretării,nu - rezultatele sub nici o formă nu se referă la toată mulţimea. Pe de altă parte, întrebările sunt puţin standardizate, astfel răspunsurile pot fi influenţate de mulţi factori. În fine, în cazul cercetărilor cu focus-grup, de multe ori, nu divizia răspunsurilor este considerată o temă de cercetare, ci procesul formării acestora.

În realitate focus-grupul este adecvat, în primul rând, pentru observarea formării opiniilor sociale şi pentru modelarea dezbaterilor. Cu ajutorul focus-grupului nu numai că vom fi mai experimentaţi datorită faptului că „mai mulţi oameni văd mai multe", ci interacţionăm cu nişte reprezentanţi ai unor grupuri sociale care-şi confruntă părerile. Din această cauză recoltarea gândurilor aduce rezultate într-adevăr benefice în practică; le putem

[6] Shamdasani, Prem N. és David W. Steward 1990: *Focus Groups. Theory and Practice*. In: Applied Social Research Methods Series (20). Newbury Park etc.: SAGE.

folosi pentru dezvoltarea sau cristalizarea ipotezelor, pentru descoperirea diferitelor surse potenţiale de conflict, sau pentru verificarea rezultatelor de cercetare cantitativă – însă nici o dată nu trebuie să tratăm aceste rezultate ca fiind „reprezentative". Rezumând raţionamentul, cercetarea cu focus-grup poate fi folosită:

- *înainte de* cercetarea cantitativă
- *alături de* cercetarea cantitativă
- *după* cercetarea cantitativă, sau
- *fără* cercetarea cantitativă, dar
- niciodată *în loc de* cercetarea cantitativă!

Probleme de etică

Rezultatele cercetărilor cu focus-grup - la fel ca şi rezultatele celorlalte metode de cercetare - pot fi manipulate în mai multe feluri: prin alcătuirea grupului, prin punerea întrebărilor într-o anumită ordine, prin întrebări care adesea pot induce sau defini răspunsul. Rezultatele „slabe" ale tehnicii pot fi pe urmă interpretate în mai multe feluri. Rezumând, este uşor să „trişăm" pe parcursul unei cercetări, să producem rezultate care nu sunt reale, însă este greu să fim „demascaţi". Aducerea la suprafaţă a rezultatelor bune, imparţiale şi care oglindesc realitatea, ţine de răspunderea personală a cercetătorului.

Interpretarea corectă a interacţiunilor, a limbajului gesturilor, corporal şi moderarea în sine necesită fără doar şi poate cunoştinţe psihologice. De obicei, moderarea nu este făcută de cel care planifică cercetarea, ci de un moderator specializat, de obicei, în psihologie. Însărcinarea moderatorului este în mod caracteristic o misiune doar de o zi, ceea ce ridică întrebarea etică: avem voie să încredinţăm informaţiile confidenţiale, care apar în timpul cercetării cu focus-grup, unui specialist extern, care nu are nici o obligaţie faţă de întregul mers al cercetării?

În practica contemporană a cercetărilor cu grup focus cel care comandă cercetarea adesea poate accesa cercetarea în sine cu ajutorul unei înregistrări video, sau asistând la mersul cercetării pe ascuns (exemplu: în spatele unei oglinzi de detectiv). Ambele practici se confruntă cu nişte probleme majore de etică. În cazul înregistrărilor video, cercetătorul poate prea bine să dea chiar şi o dovadă în scris că acestea nu vor fi mediatizate, totuşi după ce le predă celui care a comandat cercetarea, nu mai poate controla soarta lor. Din păcate, au existat, deja, exemple când înregistrările cu focus-grup au apărut pe pagini de Internet.

Peretele de oglindă poate cauza tot atât de multe îndoieli. Datorită faptului că participanţii nu pot verifica cine se află în spatele peretelui de oglindă, ei pot da crezare doar celor spuse de moderator, ceea ce presupune o responsabilitate personală din parte moderatorului. Din păcate, însă, nici moderatorul nu poate să prevină ca cineva din spatele oglinzii să nu facă înregistrări pe care să le folosească apoi în scopuri imorale. În practică, singura garanţie este relaţia şi controlul personal sau instituţional între cel care comandă lucrarea şi moderator.

În cazul fiecărei cercetări se pune problema oferirii unei recompense materiale participanţilor. Oferirea unei recompense poate fi considerată etic, deoarece participanţii sacrifică timpul lor liber pentru o activitate care îi poate aduce cercetătorului un beneficiu, recunoaştere pe plan profesional. Acceptarea banilor poate rea o problemă din punct de vedere profesional, deoarece poate dezvolta o dorinţă de a corespunde aşteptărilor şi participanţii vor încerca să ghicească „răspunsul corect" în loc să îşi spună părerea sinceră. Cei care au nevoie de banii sau cadoul oferit recompensă pot fi reprezentaţi peste măsură, iar acest lucru poate influenţa cercetarea într-un mod nefavorabil.

În cazul în care cercetătorul citează mot a mot din conversaţiile efectuate cu prilejul cercetării aplicate pe teren cu focus-grup, trebuie să fie foarte circumspect, deoarece în cercurile restrânse oamenii se pot identifica chiar şi după prenumele lor, este indicat deci, ca cercetătorul să schimbe chiar şi prenumele participanţilor.

Focus-grupul în practica de cercetare

Cercetările cu focus-grup sunt folosite, în primul rând, în cazul cercetărilor aplicate, mai precis pe teritoriul marketingului politic şi al cercetării de piaţă. Deşi, în realitate, focus-grupul nu este o metodă atât de ieftină precum mulţi cred, totuşi este o metodă preferată în cercetările aplicate deoarece poate fi făcută cu uşurinţă şi într-un timp scurt. În zilele noastre, metoda de cercetare cea mai frecvent folosită în cadrul cercetărilor de piaţă este, fără îndoială, focus-grupul. În jargonul limbajului de specialitate prin denumirea de „calitativ", sau poreclit şi „cercetare cali" se înţelege focus-grupul. Cercetătorii de piaţă, de multe ori, nici nu ştiu că în marea familie a cercetării calitative există mai multe zeci de metode, începând cu *oral history* şi până la analiza de conţinut. Similar cu acest lucru „cercetarea cantitativă" înseamnă practic efectuarea unui *survey*, o măsurare telefonică de omnibus, însă o astfel de însărcinare apare mult mai rar în viaţa de afaceri decât o *cercetare cali*.

În practica de dezvoltare-planificare a aşezărilor umane cercetarea cu focus-grup este folosită foarte rar. Conferinţele de specialitate organizate în cadrul aşa-numitelor planificări *participative*, respectiv conversaţiile într-un grup mai restrâns, forumurile populaţiei sunt asemănătoare focus-grupului. În practică, de multe ori, apar dificultăţi cu moderarea şi cu principiile de recrutare (pe ce criterii se bazează invitaţia cuiva la conversaţie).

Abc-ul focus-grupului

În cele ce urmează trecem în revistă cele mai importante staţii ale cercetării cu focus-grup pe baza cercetărilor lui Morgan şi Krueger (1997)[7], respectiv pe baza propriilor mele cercetări pe teren. Abc-ul metodologic este prezentat schematic – ca şi în celelalte capitole - înţelegerea este ajutată de texte explicative.

1. *Schiţa temei (sau) a interviului*

Dacă dorim să planificăm o cercetare cu focus-grup este necesar să avem nişte cunoştinţe premergătoare, pe baza cărora putem să identificăm temele de cercetare şi grupul cercetat. După acesta ne putem schiţa tema, sau redacta şirul de întrebări. În jargonul literaturii de specialitate a cercetării de piaţă şi în câteva manuale de metodologie redactarea unui schiţe de interviu apare sub denumirea de „planificarea cercetării" sau „design". După părerea mea această denumire ne poate induce în eroare. Este mai indicat să folosim denumirea de *design-cercetare* – la fel ca în cazul celorlalte tehnici de colectare de date – aceasta referindu-se într-un sens mai larg la alegerea cercului de invitaţi, la modul alegerii mostrei, la problemele tehnice ale cercetării etc.

Întrebările unei schiţe de interviu merită formulate din timp: acest lucru facilitează munca moderatorului, care astfel poate să acorde mai multă atenţie dirijării conversaţiei şi

[7] Morgan, David L. és Richard A. Krueger 1997: *The Focus Group Kit*. 1-6. Thousand Oaks, London, New Delhi: Sage Publications.

interpretării răspunsurilor. Munca moderatorului este uşurată de întrebările notate dinainte chiar şi în cazul în care dorim să desluşim limbajul temei. Conversaţia cu focus-grup este o metodă flexibilă; pe parcursul cercetării – pentru a fi pe înţelesul tuturor, ori datorită sensibilităţilor - avem ocazia să reformulăm, sau să circumscriem întrebările. Datorită flexibilităţii sale, această metodă se recomandă la testarea preliminară a chestionarelor.

La redactarea unei schiţe de interviu este bine să avem în vedere următoarele:

- Identificarea problemei
- Inventarierea temelor şi grupurilor de întrebări.
- Redactarea întrebărilor.
- Problemele cheie ale unei schiţe de interviu: durata, numărul întrebărilor, numărul blocurilor, saltul.
- Caracter de conversaţie fluidă, coeziunea întrebărilor.
- Tipuri de întrebări: de deschidere, introductive, intermediare, cheie, deductive, întrebări care se referă la participant, întrebări anonime (cărţi), întrebări de control.
- Testul preliminar al schiţei de interviu.

Pe parcursul planificării schiţei de interviu trebuie să ţinem cont de capacitatea de concentrare a participanţilor. Un chestionar „bun" nu ţine mai mult de 30-40 de minute (după această perioadă cei mai mulţi participanţi încep să obosească), focus-grupul însă, nu epuizează pe toată lumea în aceeaşi măsură. Din această cauză grupul ca atare oboseşte mai târziu, conversaţia aşa doar poate ţine între o oră şi două. În ansamblu însă,putem pune mai puţine întrebări decât într-o situaţie de interviu între numai două persoane, deoarece la câte o întrebare îşi expun părerea mai mulţi participanţi.

Interviul cu un focus-grup ideal pare o conversaţie spontană şi continuă. Acest lucru este posibil dacă întrebările sunt coerente şi rezultă una din cealaltă. „Salturile" evidente adesea pot duce la nedumerire şi neîncredere. Pentru păstrarea continuităţii există mai multe trucuri (de exemplu folosirea întrebărilor intermediare, sau a unui apropo ivit pe parcurs), însă cel mai indicat este ca interviul de la bun început să fie construit din teme (blocuri) care se leagă în mod logic unul de altul. Necesitatea continuităţii defineşte şi numărul blocurilor: nu este indicat ca în intervalul de o oră şi jumătate, sau două ore să fie discutate mai mult de 4-5 teme. În cazul temelor ce privesc planificarea aşezărilor, de obicei, în cadrul unui bloc pot fi puse 3-8 întrebări. Cercetarea de tip monitoring conţine mai multe, pe când cea cu caracter explorator conţine mai puţine întrebări, astfel încât participanţii să îşi poată spună părerile în cadrul diferitelor teme.

Întreaga conversaţie începe, de obicei, cu o *întrebare de deschidere*, de exemplu, toată lumea să spună câteva cuvinte despre sine însuşi. Ţelul acestei întrebări de deschidere este dezvoltarea relaţiei de încredere, este important ca toată lumea să spună ceva, să îşi audă propria voce, să prindă curaj, ca în cele din urmă şi cu ocazia întrebărilor relevante să aibă curajul să îşi exprime părerea. Moderatorul îşi dezvoltă şi el o primă părere despre participanţi, iar acest lucru poate fi important pe parcursul moderării.

Blocurile de întrebări pot fi începute cu ajutorul *întrebărilor introductive* care focusează atenţia participanţilor asupra temei respective. Întrebarea introductivă să aibă caracter general şi să fie uşor de înţeles, răspunsurile încă nu sunt importante. După aceea putem pune *întrebările cheie*, într-o ordine logică ca şi cum ne-am aduce aminte de o întrebare auzind răspunsurile la întrebarea precedentă. Tema cercetării şi procesele de dinamica grupului pot cauza stări de agitaţie, din această cauză este indicat ca la sfârşitul blocului să punem o *întrebare deductivă,* plictisitoare, la care participanţii doar să bombăne ceva. După aceasta poate

urma *întrebarea intermediară* prin care putem să facem trimitere la tema blocului următor, după care urmează întrebarea de deschidere a blocului următor. Este indicat ca întrebările cheie să fie verificate cu ajutorul unor *întrebări de control.* Întrebările de control trebuie puse mai târziu, într-o altă atmosferă, acest lucru permiţându-ne să filtrăm influenţele de distorsiune ale tensiunilor incipiente. *Întrebările cu notă personală,* ca de exemplu cele care se referă la vârstă, profesie etc. pot induce neîncredere, din această cauză este indicat să le punem la sfârşitul conversaţiei. Întrebările delicate pot fi puse în mod anonim cu ajutorul fiţuicilor. În acest caz participanţii notează răspunsurile pe o bucată de hârtie fără să îşi scrie numele.

Ne-am referit, deja, la faptul că focus-grupul este o metodă special recomandată pentru reformularea unui chestionar, pentru explorarea limbajului local. Uneori, merită testată preliminar chiar şi schiţa de interviu, ca să ne dăm seama dacă întrebările sunt inteligibile, dacă decurg logic una din alta şi dacă pot fi puse în intervalul de timp propus. Ca un test preliminar se poate folosi interviul în adâncime, sau chiar un focus-grup preliminar.

2. *Alcătuirea focus-grupului*

Cea mai importantă sarcină de organizare a conversaţiilor în grup este alegerea membrilor, decizia privitoare la componenţa unui focus-grup. Alcătuirea grupului este o responsabilitate grea deoarece, în anumite situaţii, componenţa grupului poate influenţa, chiar determina rezultatul. La alcătuirea focus-grupului este indicat să fim atenţi la următoarele:

- Mărimea grupului: la efectuarea cercetărilor mai aprofundate este indicat să lucrăm cu un grup mai mic, iar în cazul cercetărilor creative cu un grup mai mare.
- Focus-grupul= mai multe grupuri (cel puţin trei).
- Principii de recrutare: persoane care „reprezintă" grupul ţintă, situaţii realiste, comunităţi locale.
- Grupuri cu o componenţă eterogenă, sau omogenă.
- Persoane care se cunosc *versus* persoane care nu se cunosc.
- Invitarea membrilor unui grup: baze de date publice, invitaţie spontană, metoda bulgărului de zăpadă.

Numărul de participanţi ai acestor grupuri variază între 6-12, cele mai frecvente sunt grupurile cu 8 persoane. Deşi nimic nu justifică acest lucru, poate doar superstiţia cercetătorului, grupurile aproape întotdeauna au numere pare, fiind alcătuite din 6, 8,10 sau 12 participanţi şi moderatorul. Conform experienţelor, grupurile mai mici sunt bune pentru soluţionarea sarcinilor mai aprofundate, iar grupurile mai mari pentru soluţionarea problemelor creative, similare bursei de idei.

O cercetare presupune mai multe conversaţii de grup consecutive. Cercetătorii de piaţă folosesc de obicei 6 grupuri, însă cercetările ştiinţifice pot folosi chiar şi 40-50 de grupuri la cercetarea unei teme. Dacă mulţimea în sine este mică, de exemplu în cazul aşezărilor mici, atunci este de ajuns să efectuăm cercetări cu mai puţine grupuri. De exemplu dacă într-o aşezare există doar o singură şcoală, este inutil să recrutăm şase grupuri dintre pedagogi şi părinţi.

Invitarea membrilor unui grup este numită în jargonul limbajului de specialitate *recrutare* sau *atragere.* În cazul cercetărilor de piaţă există cerinţa ca participanţii să fie aleşi neapărat la întâmplare chiar şi în cazul în care, din cauza numărului lor mic, nu pot constitui un eşantion reprezentativ pentru toată mulţimea. Pentru o cât mai mare reprezentativitate trebuie avut grijă ca dispersia membrilor unui grup să fie pe diferite criterii, de exemplu sex, vârstă, calificare, convingeri religioase, limba maternă, obiceiuri culinare etc. Invitarea membrilor

unui grup se poate face şi apelând la o bază de date publice, prin metoda bulgărului de zăpadă, dar şi altfel, de exemplu invitarea ad-hoc a participanţilor dintr-un anumit spaţiu locativ. În funcţie de tema de cercetare, putem să lucrăm cu grupuri omogene, sau eterogene. Întru-cât rezultatul cercetării poate fi influenţat în cazul în care unii membri ai grupului se cunosc, cercetătorii din domeniul pieţii ţin ca membrii grupului să nu se cunoască. Acest principiu nu se poate însă traduce în practică de fiecare dată. Pe de-o parte, cel care răspunde de organizarea cercetării este interesat într-o organizare cât de simplă posibilă, invită în grup cunoştinţele sale personale, pe de altă parte multe firme de cercetare a pieţii lucrează cu liste relativ stabile - după un timp şi participanţii ajung să se cunoască de pe urma conversaţiilor anterioare.

În cazul cercetărilor sociologice alcătuirea unui grup se bazează pe principii diferite. În cazul aşezărilor mici, sau a colectivelor unor locuri de muncă, ar fi greu să invităm persoane care nu se cunosc, însă acest lucru nici nu este necesar. Unul dintre principiile de recrutare este principiul „situaţiei vieţii reale", conform căruia participanţii sunt aleşi la întâmplare, după care îi identificăm pe cei care se cunosc, aflăm în ce relaţie se află unii cu alţii, iar toate acestea le luăm în considerare când moderăm şi analizăm. Un alt principiu de alegere poate fi invitarea membrilor unei comunităţi mici (de exemplu colectivul unui loc de muncă), sau a unor status-grupuri (persoane influente, formatoare de opinii, potentaţi). Relaţiile din afara grupului focus pot influenţa în mod serios răspunsurile (cine pe cine are curajul să îl contrazică, cine cui doreşte să corespundă etc.) În astfel de situaţii moderatorul trebuie să apeleze la cunoștințele de culise, la informaţiile premergătoare despre teren, pentru ca, de exemplu, bazându-se pe anterioara sa observaţie participativă să fie în stare să interpreteze situaţiile interactive.

3. *Moderarea*

Scopul principal al interviurilor, al *moderării* conversaţiilor este obţinerea de răspunsuri sincere din partea participanţilor. Acesta nu este un lucru uşor, deoarece unii dintre participanţi doresc să corespundă unor presupuse aşteptări, alţii doresc să se manifeste, sau din contra, nu vor să se manifeste, unii s-ar putea să nu înțeleagă întrebarea, sau să nici nu fie interesaţi de întrebarea pusă. Sarcina moderatorului necesită o putere maximă de concentrare: în cazul fiecărui grup trebuie să fie atent timp de o oră, două, uneori chiar şi timp de o zi întreagă la toate persoanele prezente, pe unii trebuie să îi încurajeze, pe alţii să îi domolească cu mult tact, să menţină buna dispoziţie şi să fie mereu conştient de scopul cercetării. Trebuie să fie empatic, să fie bine dispus şi îngăduitor ca să dezvolte atmosfera de încredere necesară şi în acelaşi timp trebuie să fie ferm în oprirea tendinţelor de polarizare a grupului, să vegheze mersul planificat al întrebărilor. El trebuie să aibă „talente cameleonice" ca după scurt timp să poată gesticula şi vorbi pe limbajul participanţilor. Este recomandat ca cercetătorul să aibă cât mai multe cunoştinţe în domeniul psihologiei pentru a putea interpreta gesturile şi interacţiunile. Se poate înţelege, aşadar, cauza din care cei mai mulţi cercetători plasează sarcina derulării unui interviu pe umerii unui moderator specialist. Deşi trebuie luate în considerare mai multe puncte de vedere, pe parcursul investigaţiei pe teren a unei aşezări este indicat ca cercetătorul însuşi să fie moderatorul cercetării cu focus-grup. Este vorba de o sarcină grea dar care totuşi se poate învăţa. (Despre moderator vezi *scrierea în ramă.*)

Ágnes Szanyi: Moderatorul cercetării unei aşezări

În cadrul cercetării unei aşezări, cercetarea cu focus-grup poate fi făcută deopotrivă de un moderator calificat, de către însuşi cercetătorul, sau eventual de un localnic. În cazul fiecărei alternative există avantaje şi dezavantaje. Avantajul unui *moderator calificat* - de profesie - este, că datorită calificării sale, ştie să se comporte cu oamenii şi ştie să mânuiască situaţiile grele; este aproape sigur că cercetarea se va încheia cu un rezultat deoarece moderatorul datorită faptului că este dinafara grupului poate crea o atmosferă neutră. Dezavantajul unui moderator calificat de multe ori poate fi costul, onorariul prea ridicat; poate fi la fel un dezavantaj dacă se arată neorientat în chestiunile locale, acesta putând să-i strice credibilitatea în faţa grupului. Succesul cercetării cu focus-grup depinde, uneori, de factori ca limbajul şi alte caracteristici culturale, din această cauză s-ar putea ca un specialist sosit din afara grupului să nu poată să se adapteze chiar dacă are cunoştinţele şi rutina necesară.

Spre deosebire de acest lucru, dacă *cercetătorul însuşi* este moderatorul, atunci se presupune că acesta este iniţiat în problemele de ordonare ale localităţii, respectiv poate să se facă acceptat mai uşor de localnici, însă s-ar putea să nu fie la fel de experimentat şi profesionalist în moderare, ca un profesionist.

În sfârşit, dacă moderatorul este un *localnic*, se poate presupune că acesta este bine informat atât în tema respectivă cât şi în problemele aşezării şi în interpretarea răspunsurilor în contextul social dat. Acesta poate să obţină încrederea participanţilor bazându-se pe relaţiile sale personale cu localnicii. Dezavantajul unui moderator localnic este că nu poate fi imparţial, viziunea lui personală stă în calea abordării temei din diferite perspective. Alt dezavantaj este faptul că nu dispune de experienţa şi informaţiile care, uneori, sunt necesare ca interviul în adâncime să fie un succes, iar datorită provenienţei sale locale, rar poate crea o atmosferă neutră.

Oricine îndeplineşte rolul moderatorului, acela trebuie să posede anumite aptitudini care să poată influenţa în mod pregnant decursul activităţii în grup şi caracterul interacţiunilor. O astfel de însuşire este una care-i permite moderatorului să pătrundă procesele grupului şi ore în şir să conducă şi să controleze grupul, păstrând conversaţia pe un făgaş bun. Este important ca moderatorul să fie *deschis* la idei noi, să fie *interesat* de oameni şi de temă, să aibă *simţul umorului* şi un comportament amical, să aibă *aptitudini de comunicare*, *să se poată adapta* şi să aibă *„abilitatea de a asculta*". Un mare avantaj reprezintă şi cunoaşterea limbajului de meta comunicaţie (gesturi, mimică, accent, limbajul trupului).

Moderatorul uneori „îşi creează" un rol specific ca să stimuleze atmosfera interviului şi să îi facă pe membrii grupului să răspundă la întrebări într-un mod cât mai sincer, împărtăşindu-i cât mai multe informaţii. Diferitele roluri pot să alterneze şi pe parcursul aceleiaşi conversaţii, depinzând de situaţia de interviu. „Interpretarea" rolurilor hotărâte dinainte este indicată mai ales moderatorilor cu experienţă, însă aceste roluri pot fi utilizate şi în cercetările cu focus-grup a unei aşezări. Câteva exemple:

Moderatorul poate fi „neştiutor", adică joacă un rol în care îi face pe participanţi să creadă că nu ştie mai nimic despre tema respectivă şi doreşte ca grupul să-l lămurească. Jucând acest rol, scopul moderatorului este ca participanţii să împărtăşească cu el cât mai multe informaţii.

În aşa-numitul rol de „provocator", moderatorul încearcă să confrunte diferitele puncte de vedere, astfel încât să apară la suprafaţă şi acele păreri care, de altfel, ar rămâne ascunse.

Rolul de „arbitru" este asumat, de obicei, când moderatorii observă că grupul s-a polarizat. Regula de bază în aceste cazuri este că toată lumea are dreptul să afirme ceva, dar are datoria să îi asculte şi pe ceilalţi.

Ca cineva să devină un moderator de excepţie este nevoie de multă rutină. Este indicat, însă şi observarea modului de operare ai altor moderatori, consultarea din când în când cu un moderator experimentat, analizarea materialelor culese (înregistrare video, audio) şi perfectarea cunoştinţelor (conferinţe, bresle profesionale, cunoaşterea aprofundată a literaturii de specialitate).

Pe parcursul moderării este bine să ţinem cont de următoarele puncte de vedere:

- Scopul principal: obţinerea răspunsurilor sincere.
- Situaţia de bază: mediu neutru, sală, masă.
- Stocarea datelor: perete de oglindă, cameră video, casetofon, hârtie şi stilou.
- Interpretarea limbajului trupului.
- Capcane: participanţii vor să dea răspunsuri „corecte", doresc să se manifeste, le este frică să se manifeste, nu îşi formează o părere, întrebare greu de înţeles.
- Interacţiuni: dinamica grupului, polarizare, conflict, consens.

În principiu, o conversaţie cu focus-grup poate fi derulată oricând şi oriunde. În cazul cercetării unei aşezări, interviurile trebuie efectuate local, din această cauză cercetătorul de multe ori trebuie să improvizeze făcând interviurile într-o casă particulară, la şcoala locală, sau într-un birou al primăriei. Cercetătorul trebuie să fie atent, în primul rând, ca sala să fie cât mai neutră, să aibă un caracter obişnuit, ca de exemplu peştii care înoată într-un acvariu, sau harta amănunţită a aşezării să nu distragă atenţia participanţilor. Membrii grupului trebuie aşezaţi în jurul unei mese. Această masă este, de obicei, una mai mare care se obţine, adesea, prin împingerea laolaltă a mai multor mobile. Moderatorul trebuie să stea într-un loc de unde poate vedea pe toată lumea şi, desigur, este indicat ca toată lumea să vadă pe toată lumea.

Firmele care fac sondaje de opinie publică şi se ocupă cu cercetarea de piaţă preferă studiourile profesionale, special create pentru cercetarea cu focus-grup. Un astfel de studio este împărţit pe două părţi: o camera mai mică, din spate, „camera de observare" de unde evenimentele pot fi urmărite din spatele unei oglinzi de detectiv, în prima parte decurge cercetarea propriu-zisă. În cazul conversaţiilor cu focus-grup, de multe ori, sunt folosite mese ovale sau rotunde. Moderatorul este cel care stă cu spatele la oglindă, ca cel care comandă studiul să poată vedea feţele participanţilor. Întrebările care apar pe parcurs sunt transmise moderatorului printr-un asistent. De multe ori, asistentul este şi cel care stochează rezultatul conversaţiei, ca moderatorul să se poată concentra asupra conversaţiei.

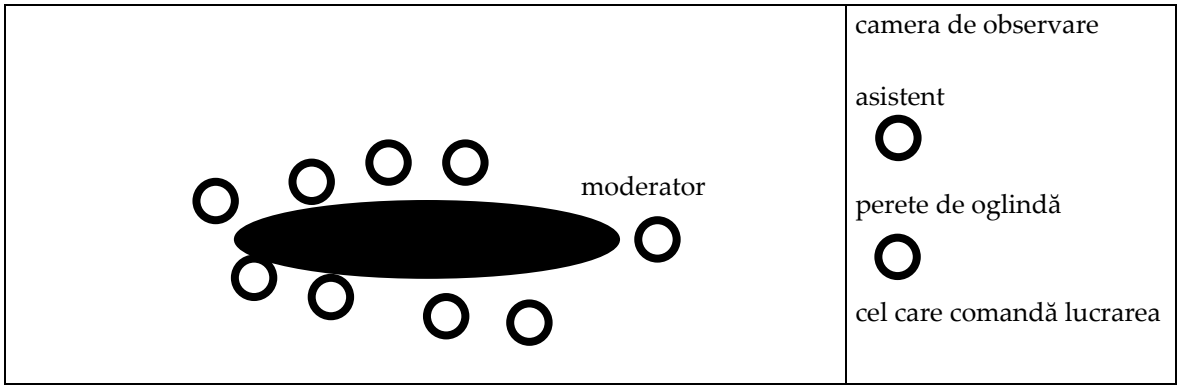


Fig. 4.1. ***Studioul special creat pentru cercetarea cu focus-grup***

În practica planificării aşezărilor, nu este indicat să se folosească un studio profesional. Mediul nu este unul neutru şi nici familiar; participanţilor adesea le este greu să răspundă la întrebări văzându-şi propriile reflecţii în oglindă. În cazul în care participanţii ştiu că sunt urmăriţi, ei pot reacţiona diferit, unii pot avea o atitudine pozitivă în aceste situaţii, alţii una negativă. Aceste dezavantaje pot fi reduse în cazul în care lucrăm cu participanţi „cu rutină" aleşi de pe o listă, însă în cadrul cercetărilor unei aşezări acest lucru nu este posibil.

Conversaţiile cu focus-grup sunt, de obicei, înregistrate pe video. Avantajul înregistrării este că cercetătorul o poate reviziona şi, prin observarea mai riguroasă a gesturilor, a mimicii şi a enunţurilor, poate revela şi numeroase rezultate ulterioare importante. Cu prilejul înregistrării video trebuie însă să ținem cont şi de dezavantajele acesteia: poate cauza trac, necesitate de manifestare, sau stres. Este cert faptul că, în cazul cercetării cu focus-grup, interacţiunea ca atare facilitează, în mare măsură învingerea tracului şi înregistrarea este mai puţin deranjantă decât în cazul observaţiei participative, sau a unui interviu între două persoane, ori a înregistrării unui comportament obişnuit. Dacă camera video este amplasată în spatele partenerului de conversaţie, acest lucru va fi mai puţin deranjant, însă rezultatele nu vor putea fi folosite la fel de bine ca şi când am amplasa camera în faţa partenerului, deoarece nu se vor vedea feţele şi gesturile. Sunt interzise înregistrările secrete. Se pot face şi înregistrări audio, acest lucru fiind mai puţin deranjant, însă acestea se pot folosi într-o măsură mai mică. Moderatorul pe parcurs îşi face notițe. Acestea vor sta la baza redactării studiului.

Moderatorul trebuie să dețină niște calități ieșite din comun ca să obțină răspunsuri de la toţi participanţii: el trebuie să fie un bun realizator de contacte, să se priceapă la tratarea conflictelor, să aibă o mare putere de concentrare, să fie ferm, să se adapteze mediului asemănător unui cameleon (vezi scrierea în ramă). Moderatorul trebuie să cunoască şi limbajul trupului, adică gesturile – acesta este, în parte, motivul pentru care moderatorii sunt, de obicei, psihologi. Influenţa metodologiei antropologice este resimţită în cazul cercetării cu focus-grup prin poziţia emică şi etică a moderatorului: el trebuie să participe la conversaţie ca și un membru al grupului, să trăiască procesele de dinamica grupului şi în acelaşi timp trebuie să dirijeze conversaţia şi să îşi înregistreze informaţiile importante gândind ca o persoana din afara grupului.

Adausul cel mai important pe care metoda focus grup oferă față de metodele obișnuite de situații de interviu este *interacţiunea.* Interpretarea interacţiunilor necesită cunoştinţe aprofundate în psihologia socială, prezentarea acestora nu este posibilă în cadrul acestei lucrări, vom scoate în evidenţă doar unele fenomene care apar mai des. Membrii unui grup constituit din persoane care nu se cunosc, la început, au o atitudine defensivă deoarece presupun că ei sunt singuri pe când ceilalţi nu. Aceşti oameni sunt predispuşi să îl considere pe moderator conducătorul grupului, și au convingerea că acesta ştie răspunsurile la toate întrebările puse. Ideile şi viziunile originale apar doar mai târziu, odată cu formarea relaţiei de încredere. Deseori, membrii grupului încep să formeze grupulețe, ,,bisericuţe" îndeosebi perechi, şi aşteaptă confirmarea propriilor păreri de la membrii grupului. Grupurile de păreri care s-au format pot să se destrame, să se refacă din nou, însă – mai ales în cazul membrilor care se cunosc – este posibil să se formeze grupuri cu păreri stabile, membrii acestor grupuri îşi formează aceleaşi păreri chiar și din solidaritate. În cazul cercetărilor cu focus-grup fenomenul polarizării grupului apare des; acesta se manifestă prin faptul că grupul are o atitudine mai radicală decât fiecare membru în parte. Una dintre sarcinile principale ale moderatorului este estomparea tendinţei de polarizare a grupului, dezvăluirea părerilor minoritare, un fel de „contrapunctare", deci. În cazul focus-grupului, scopul nu este generarea unui *conflict*, însă confruntarea părerilor nu este considerată o greşeală, acest lucru poate ajuta, deseori, la cristalizarea părerilor. Scopul focus-grupului nu este nici atingerea unui *consens,* ci mai degrabă cunoaşterea, dezvăluirea părerilor sincere.

Moderatorii neexperimentaţi se sperie, deseori, când grupul nu răspunde imediat la întrebarea pusă. De fapt, nu este nici o problemă dacă există o astfel de tăcere, nu trebuie neapărat intercalată o întrebare suplimentară, sau umplut golul cu un enunţ care nu îşi are

locul ca de exemplu „ce liniște s-a făcut”. Tăcerea poate fi semnul îngândurării. Participanţii se întâlnesc, de multe ori, pentru prima oară cu întrebarea respectivă, nu este un lucru neobişnuit, aşadar, dacă au nevoie de puţin timp să îşi formuleze propriile păreri.

Conform abordării constructiviste scopul focus-grupului nu este dezvăluirea răspunsurilor sincere (acesta fiind o abordare esenţialistă), ci interpretarea proceselor de dinamica grupului ce duc la formarea părerilor. Kitzinger[8] scoate în evidenţă că adesea părerile şi atitudinile se formează în cadrul dezbaterilor şi argumentărilor, de aceea rezultatul focus-grupului nu este părerea ca atare, ci observarea formării acesteia. În acest concept focus-grupul nu *exprimă* părerea mulţimii ci *modelează* procesele de dinamica grupului ce pot decurge la nivelul întregii populații. Conform abordării constructiviste, temele fundamentale ale cercetărilor cu focus-grup nu sunt, de exemplu ce gândesc oamenii despre unele lucruri, ci mai de grabă ce fel de probleme generează dezbateri, cu ce fel de argumente pot fi aplanate conflictele, cum se ajunge la consens.

4. *Prelucrarea datelor. Interpretare*

De obicei, rezultatele cercetărilor cu focus-grup vorbesc de la sine, nu mai necesită folosirea altor proceduri de analiză complexe. Totodată pentru obținerea de informații concrete, ori în vederea testării instrumentelor ulterioare de prelucrare de date, există posibilitatea utilizării metodei de analiză calitativă, cât și a metodelor de analiză matematico-statistică. În cazul interpretării rezultatelor (care de fapt în cazul focus-grupului este pur și simplu scrierea studiului) trebuie să specificăm de la bun început, că lucrăm cu date explicative, descriptive, dar care nu pot fi testate statistic. Tehnicile cele mai frecvent folosite sunt următoarele:

- Tehnici calitative de prelucrare de date: descriere, decupaj-încadrare.
- Analiza de conţinut.
- Aplicarea unor metode de comprimare (factor, MDS, CONCOR)
- Repartizări. Metoda „colii de hârtie”

Datele cercetărilor cu focus-grup pot fi de mai multe feluri datorită diferitelor întrebări de cercetare, astfel prelucrarea datelor poate fi şi ea de mai multe feluri. În cazul cercetărilor creative, dezvăluitoare, care au ca scop recoltarea de idei, de obicei este suficient să fie notată fiecare părere şi idee enunțată, acestea urmând să fie filtrate cu ocazia unei cercetări ulterioare. În cazul cercetărilor care focusează pe probleme cheie, dezbaterea poate fi analizată prin analiză de discurs, sau prin analiză de conţinut.

Deşi focus-grupul este o tehnică de cercetare calitativă, în anumite cazuri putem să folosim pentru analiza rezultatelor şi metode matematico-statistice complexe. De exemplu, dacă am cerut ca participanţii să facă ierarhizarea unor date, putem să folosim metode de comprimare (analiza factorială, MDS) la fel ca în cazul culegerii cantitative de date. Este adevărat, însă că, datorită numărului mic de cazuri, rezultatele nu pot reprezenta mai mult decât nişte ipoteze. De obicei, diviziei nu-i acordăm prea mare importanță: dacă în timpul interpretării prezentăm divizii, creăm impresia că cercetarea noastră este cvasi-reprezentativă. O practică folosită în cercetările de piață, chiar şi în zilele noastre, este reprezentarea pe o coală mare de hârtie a diferitelor păreri cu diferite culori, astfel încât uitându-ne la aceasta putem observa de la depărtare în care stadiu al conversaţiei s-au consolidat şi în care stadiu au slăbit unele păreri.

[8] Kitzinger, Jenny 1994: The Methodology of Focus Groups: The Importance of Interaction between Research Participants. In: Sociology of Health and Illness 16/1: 103-121.

În cadrul interpretării, trebuie să scoatem în evidenţă noile puncte de vedere care apar pe parcursul convorbirilor, argumentele care pot influenţa părerea grupului, motivaţiile, părerile minoritare şi majoritare. Datorită numărului mic de cazuri nici prelucrarea datelor pe calculator nu este neapărat de o importanţă mare. Cei mai mulţi folosesc un operator de bază de date pentru stocarea şi prelucrarea datelor, însă mulţi cercetători folosesc şi metoda „colii de hârtie", conform căreia răspunsurile intervievaților sunt înregistrate pe o coală mare cu diferite culori, în funcție de întrebare și grup.

În zilele noastre, mulți specialiști în dezvoltare teritorială au rezerve în folosirea cercetării cu focus-grup deoarece credibilitatea rezultatelor obținute este mică din punct de vedere statistic datorită numărului restrâns de indivizi care participă la aceasta. Cercetările calitative însă recuperează pierderea suferită sub aspect cantitativ printr-un câștig în profunzime: pot apărea tehnici noi de argumentare, noi factori de dinamica grupului, peste care s-au trecut cu vederea la planificarea preliminară. Când efectuăm interpretarea trebuie, firește, să clarificăm, că datele nu au fost realizate pe o marjă reprezentativă, dar acest fapt nu diminuează valoarea cercetării.

5. *Relaţia dintre focus-grup şi alte cercetări*

Rezumând raţionamentul următor, putem afirma că focus-grupul poate fi folosit şi de unul singur, însă se completează bine reciproc cu toate celelalte tehnici de recoltare de date. Împerecherile cele mai frecvente sunt:

- Observaţia participativă şi focus-grupul;
- Interviu în adâncime şi interviu grup (focus);
- Focus-grup şi chestionar.

Cercetarea cu focus-grup nu poate porni de la zero, trebuie să existe cunoştinţe premergătoare pentru a putea aborda problemele de cercetare. Aceste cunoştinţe pot proveni din citirea literaturii de specialitate, analiza statistică secundară, din o serie de interviuri în adâncime, dar de cele mai multe ori provin din impresiile proprii ale cercetătorului pe care le achiziţionează din experiența de pe teren. Invers, ipotezele schiţate în urma rezultatelor observaţiei participative pot fi verificate cu cel mai mult succes, adică în cel mai scurt timp şi cel mai circumspect cu ajutorul focus-grupului.

Deşi focus-grupul nu este o tehnică de cercetare specifică antropologiei, interviul în grup a fost prezent de la începuturi în cercetarea pe teren, iar metodologia antropologică a influenţat din mai multe puncte de vedere practica focus-grupului într-un mod edificator, să ne aducem aminte de observaţia din exterior şi interior a moderatorului.

Folosirea concomitentă a interviului în adâncime şi a interviului în (focus) grup prezintă interes mai ales dacă cercetarea doreşte să releve influenţa mediului asupra formării părerilor.

Întrebuinţarea concomitentă a focus-grupului şi a chestionarului este în practică probabil împerecherea de metodologii de cercetare cea mai frecvent folosită. Părerea generală este că chestionarul se întrebuinţează pentru culegerea datelor reprezentative şi de mai mare încredere, iar focus-grupul asigură validitatea cercetării prin dezvăluirea interpretărilor şi motivaţiilor care stau la baza răspunsurilor. Cele două tipuri de cercetări se completează reciproc şi cu ajutorul unuia se poate verifica rezultatul celuilalt. În mod caracteristic focus-grupul este folosit pentru testarea preliminară a chestionarelor, pentru redactarea întrebărilor, iar după încheierea fazei cu chestionar, la cercetarea posibilelor efecte ale rezultatelor, respectiv la cercetarea interpretărilor posibile ale rezultatelor.

Studii de caz, exemple

Monitorizarea programului de dezvoltare a resurselor umane în Kerecseny şi Győrvár

În ultimele decenii apar tot mai multe ateliere intelectuale care se ocupă cu *dezvoltarea comunităţilor.* Primind o sarcină din partea Secţiei principale de dezvoltare a regiunilor al Ministerului Agriculturii şi de Dezvoltare a Regiunilor, am cercetat împreună cu un coleg de-al meu, în cadrul unei cercetări cu focus-grup, dacă se poate aştepta ca comunităţile locale să se consolideze în urma instruirilor şi training-urilor. Cele două locaţii de cercetare au fost asemănătoare din mai multe privinţe, însă pe când în Győrvár au existat programe de dezvoltare a comunităţii de ani buni, în Kerecseny, localitatea noastră de control, nu s-a mai făcut nici unul. În aşezarea mai mare am făcut interviuri cu 3 grupuri de câte opt persoane, iar în aşezarea mai mică cu doar 2 grupuri de opt persoane. Fără să prezentăm amănunţit rezultatele cercetării, în cele ce urmează prezentăm cu valoare de exemplu câteva concluzii referitoare la ce se poate afirma pe baza rezultatelor cercetării cu focus-grup.

În Győrvár oamenii au avut păreri mai nuanţate, mai complexe despre problemele care se referă la gospodărirea colectivă, au fost mai puţine păreri nesigure şi mai puţine răspunsuri de „nu ştiu" decât, în aşezarea de control, Kerecseny. Gândirea colectivă din cele două aşezări prezintă o diferenţă majoră doar în privința unui singur subiect: pe când în Győrvár intervievații au crezut cu fermitate că, cu ajutorul metodelor adecvate, toate persoanele pot fi captate în activitatea colectivă – această siguranţă fiind, probabil, efectul pozitiv al trening-urilor – în Kerecseny nimeni nu a avut încredere în acest lucru.

„Problema pasagerului clandestin" în mod evident este cunoscută localnicilor celor două localități din experiență. Părerea lor unanimă a fost că nu constituie o problemă dacă nu participă toată lumea și nu în egală măsură la efortul colectiv. „Când am terminat munca, cel care a muncit mult o simte ca fiind şi a lui şi se bucură, cel care a lucrat puţin, sau deloc, se bucură şi el." Cei întrebaţi au adăugat că pentru munca colectivă cea mai bună reclamă este munca în sine: dacă la început participă doar puțini, ei dau un exemplu care poate fi urmat şi terminarea unui stabiliment îi va impulsiona data viitoare şi pe cei care nu au fost activi acum.

În urma răspunsurilor primite, putem spune că trening-urile desfăşurate cu scopul dezvoltării unei comunităţi sunt potrivite pentru consolidarea valorilor colective. Putem vorbi de trei influenţe ale antrenărilor de acest gen care îşi exercită efectul pozitiv:

1. *Dezvoltarea resurselor umane*: oamenii care au participat la instruiri şi-au descoperit noi caracteristici ale personalităţii lor pe baza cărora pot îndeplini funcţii de organizator, lider în cadrul comunităţii. Deşi scopul acestor instruiri de dezvoltare a comunităţilor nu a fost în mod expres dezvoltarea resurselor umane, totuşi au contribuit şi la acest lucru.
2. *Socializarea unei „semințe" de conducere*: în urma rezultatelor instruirii s-a consolidat în Győrvár „un grup" care poate, şi doreşte, să ocupe un rol de conducere în cadrul comunităţii. Comuna s-a împrietenit cu ideea să aibă în loc de una, mai multe personalităţi de conducere în acelaşi timp.
3. *Instruire, tehnici*: cei care au participat la instruiri şi-au însuşit o rutină, o tehnică (ca de exemplu cum să privească dincolo de punctul lor de vedere, care sunt tertipurile gospodării colective) care îi ajută în organizarea vieţii sociale locale.

Pe baza experienţelor noastre, avem convingerea că cercetarea cu focus-grup este o metodă utilă pentru monitoring-ul, măsurarea ulterioară a eficacităţii diferitelor programe de dezvoltare. Pe baza mai multor cercetări similare s-ar putea dezvolta un plan de interviu standard, conceput pentru cercetarea cu focus-grup, cu ajutorul căruia ar putea fi comparate diferitele activităţi de dezvoltare efectuate în diferite aşezări.

V. Interviul, chestionarul şi culegerea bazelor de date – într-un mod apropiat terenului

Introducere
Aplicarea metodelor calitative într-un mod apropiat terenului
Interviul în adâncime ca o tehnică de interviu
Interviul pe parcursul cercetării unei aşezări
Chestionar flexibil şi apropiat terenului
Probleme de etică
Abc-ul redactării unui chestionar flexibil
Culegerea şi analiza bazelor de date statistice pe teren

Texte în chenar:
Zygmund Gostowski: Despre necesitatea de umanizare a cercetărilor de tip *survey*

Introducere

Când am scris acest manual, am presupus că cititorul a învăţat, deja, cum trebuie să ia un interviu, cum trebuie să redacteze un chestionar şi cum trebuie să culeagă datele statistice, de asemenea am presupus, că a şi aplicat aceste cunoştinţe în practică. Scopul nostru nu este să repetăm cele ce s-au scris, deja, în literatura de specialitate. Din această cauză acest capitol nu prezintă tehnicile, ci completează cunoştinţele presupuse cu încă două puncte de vedere:

- tehnicile cantitative cum pot fi şi ele efectuate într-un mod *apropiat terenului*,
- cum pot fi utilizate cele trei metode pe parcursul *cercetării unei aşezări umane*.

Pentru a facilita orientarea individuală în ceea ce priveşte interviul, chestionarul şi prelucrarea bazelor de date statistice recomandăm, în cap. Literatura Recomandată, câteva cărţi de metodologie în limba engleză şi în limba maghiară.

Ca şi *scriere în ramă* este prezentă scrierea, mai scurtă, a lui Zygmund Gostowski despre erorile care provin din caracterul standardizat al chestionarului.

Aplicarea metodelor calitative într-un mod apropiat terenului

În capitolul II. al acestui manual am introdus expresiile de „apropiat de teren" şi „depărtat de teren". În raţionamentul nostru, un criteriu important al cercetării cu caracter calitativ sau cantitativ a fost apropierea de teren. După părerea noastră tehnicile „pur" cantitative, ca de exemplu, analiza secundară a datelor statistice, sau metoda chestionarului, sunt în acelaşi timp şi depărtate de teren, iar tehnicile de interviu se află undeva la mijloc - între caracterul depărtat şi apropiat de teren.

Calitativ Cantitativ

Obser-vaţie	Observaţie participativă	Interviu nestructurat	Interviu structurat	Chestionar, întrebare deschisă	Întrebare închisă	Analiza secun-dară a datelor

Fig. 5.1. ***Memento: tehnici de cercetare pe o axă calitativă-cantitativă (vezi capitolul II)***

În acest capitol dorim să prezentăm că tehnicile depărtate de teren, precum colectarea bazelor de date statistice şi tehnica chestionarului, pot fi, şi uneori este chiar indicat să fie efectuate într-un mod apropiat terenului.

În cazul *interviului,* apropierea de teren nu necesită prea multă explicaţie. Am considerat că această tehnică este mai mult *calitativă* – printre altele – datorită faptului că, în afară de situaţii speciale, poate fi efectuată doar pe teren, şi de cele mai multe ori, este necesară prezenţa cercetătorului. Există, bineînţeles, şi interviu *depărtat de teren*, ca de exemplu interviul de angajare (*job interview*), când cel care răspunde la întrebări trebuie să se adapteze la mediul străin şi nu cel care pune întrebările, acesta este, fără îndoială, un interviu *depărtat de teren*. Interviul structurat efectuat într-un studio profesional, cu ajutorul unui moderator din exterior, este *depărtat de teren* chiar şi atunci dacă moderatorul încearcă să se integreze în „colectiva" *ad-hoc* a partenerilor de conversaţie. Interviul cel mai des folosit, *interviul în adâncime*, este prin excelenţă un interviu apropiat de teren, în cazul în care interviul este efectuat în mediul natural al subiectului.

Planificarea *chestionarului* şi analiza datelor nu este făcută pe teren, punerea întrebărilor însă este legată în mod tradiţional de teren, deşi prezenţa fizică a cercetătorului nu mai este neapărat necesară (punerea întrebărilor telefonic, poştal, sau pe Internet). Chestionarul este o tehnică de cercetare robustă, scopul acestuia fiind obţinerea unei cantităţi cât mai mari de informaţii, care să ofere ca rezultat date de mare credibilitate. La redactarea întrebărilor, criteriul principal este *inteligibilitatea.* Întrebările trebuie înţelese uşor. Însă pe lângă acesta trebuie să avem în vedere şi alţi factori: rezultatele să fie comparabile, întrebările să fie puse în mod standard, adică în acelaşi fel de fiecare dată, formularea să fie exactă, să tindem spre formularea *întrebărilor închise*. Acest capitol scoate în evidenţă faptul că tehnica de chestionar nu exclude adaptarea la limbajul terenului, mai mult decât atât, folosirea limbajului local este important, deoarece măreşte validitatea răspunsurilor şi a cercetării şi contribuie la diminuarea efectelor de distorsiune. Caracterul flexibil al chestionarului revendică prezenţa personală a cercetătorului pe parcursul efectuării unui chestionar, şi pe cât posibil participarea lui efectivă la punerea întrebărilor. *Chestionarul flexibil, care se adaptează la teren* este o inovaţie metodologică a acestui manual: deşi este vorba despre o metodologie cunoscută de demult, aceasta nu a fost prezentată până acum în manualele de metodologie, sau nu a fost recomandată datorită dificultăţilor metodologice (vom vorbi şi despre acestea).

Procurarea şi analiza secundară a bazelor de date statistice poate fi considerată procedura cea mai calitativă şi cea mai depărtată de teren. Operarea bazei de date în mod caracteristic nu este o *tehnică de muncă pe teren*. După cum am amintit în capitolul II. cercetătorul nu se întâlneşte cu localnicii, nici măcar cu operatorii de interviu şi nu îl cunoaşte nici pe celălalt cercetător, pe cel care a planificat criteriile de cercetare. Lumea însă este în schimbare şi sub acest aspect. În timp ce la începuturi culegerea şi producerea „datelor statistice" a servit scopuri comunitare, aceste sarcini fiind efectuate de instituţii naţionale, centrale, în zilele noastre aproape toate instituţiile trebuie să culeagă şi să stocheze diferite date necesare pentru activităţile lor proprii. Pe parcursul cercetării unor aşezări sau întinderi, cei mai importanţi furnizori de date sunt consiliile şi şcolile locale. *Culegerea*, interpretarea şi prelucrarea datelor statistice, care pot fi procurate pe loc, necesită însă cunoştinţe specifice, o percepţie *apropiată de teren*. Despre aceasta vom vorbi în acest capitol.

Protecţia datelor locale ridică şi nişte probleme de etică. Culegerea şi prelucrarea datelor este corespunzătoare dacă procesul este efectuat într-un mod sigur şi verificabil de către furnizorul de date. Din această cauză nu este indicat să transportăm datele cu scopul prelucrării; să încercăm să prelucrăm toate statisticile pe loc, iar rezultatele analizelor să le returnăm furnizorului de date, adică instituţiilor locale.

În cele ce urmează mai întâi vom vorbi despre interviul cu scop de cercetare a unei aşezări, după care despre chestionarul apropiat de teren şi despre recoltarea de date statistice.

Interviul în adâncime ca o tehnică apropiată de teren

Situaţia de interviu

Interviul în adâncime poate fi perceput ca o interacţiune dintre cel care pune întrebarea şi cel care răspunde la întrebare. Deşi cel care pune întrebarea poate să dirijeze conversaţia într-o oarecare măsură, respondentul are şi el o influenţă majoră asupra evoluţiei acesteia. Flexibilitatea este o caracteristică specifică acestei tehnici: interogatorul, de obicei, suspectează ce anume doreşte să afle şi referitor la acesta formulează dinainte întrebări, sau grupuri de întrebări, însă pe parcursul interviului - într-o măsură mai mare sau mai mică - el poate să se abată de la acestea. În practică, cele mai multe interviuri în adâncime sunt în acelaşi timp

structurate, sau nestructurate. Deseori, cercetătorul care face interviul nu planifică cu precizie ordinea întrebărilor, sau nici măcar nu redactează întrebările exact. Practica interviului în adâncime poate fi considerată *apropiată de teren*, deoarece, pe de o parte este necesară prezenţa cercetătorului pe teren, mai mult, pe parcursul interacţiunii este necesară interesul personal al acestuia în ceea ce priveşte tema şi persoana respondentului, şi în acelaşi timp creează oportunitatea ca intervievatul să îşi dezvolte viziunile asupra unei teme cu vocabularul propriu, urmând propriile structuri cognitive.

Dintr-un anumit punct de vedere însă şi interviul poate fi considerat o tehnică *depărtată de teren*. Pentru cei mai mulţi cercetători, situaţia de interviu în adâncime (adică o conversaţie între două persoane) este o situaţie familiară, însă în ceea ce îl priveşte pe individul intervievat acest lucru nu este întotdeauna astfel. De obicei, cercetătorul este mai puţin timid şi sfios, decât intervievaţii. Putem să spunem că, în cadrul interviului, cercetătorul joacă „acasă, pe teren propriu". Spre deosebire de observaţia participativă, interviul în adâncime observă oamenii în mediul lor natural, însă în situaţii neobişnuite. Din această cauză, această tehnică este adecvată pentru dezvăluirea contradicţiei dintre diferite principii şi a practicii reale doar într-o măsură limitată.

Întrebările interviului în adâncime

Într-o situaţie de interviu în adâncime dintre două persoane, continuitatea conversaţiei nu este atât de importantă ca în cazul tehnicii de interviu cu focus-grup. În loc să punem *întrebări introductive, intermediare,* respectiv *deductive*, putem să trecem direct la subiect; nu trebuie să ne facem griji că partenerul de conversaţie se va încurca. Pe parcursul interviului în adâncime putem să lucrăm atât cu întrebări închise, cât şi cu întrebări deschise. Avantajul întrebărilor deschise este că cercetătorul influenţează răspunsul într-o măsură mai mică.

Stocarea datelor

Conform practicii contemporane, cercetătorul pregăteşte interviul cu ajutorul unui reportofon. În unele cazuri, de exemplu în cazul interviurilor pentru analiza conţinutului, este necesar într-adevăr să înregistrăm întreaga conversaţie. Rezultatele înregistrate pot fi prelucrate, mai târziu, acasă.

Datorită faptului că reascultarea înregistrărilor necesită foarte mult timp, iar dactilografierea acestora este costisitoare, în practica de cercetare a aşezărilor cele mai multe texte nu sunt reascultate. În capitolul „Observaţia participativă" am vorbit, deja, despre influenţele pe care le are reportofonul asupra răspunsurilor, din această cauză am recomandat cititorilor noştri să îşi ia notiţe, sau să se bazeze pe memoria de scurtă durată şi să prelucreze textele de interviu pe cât posibil în ziua în care au fost făcute.

Când luăm notiţe nu trebuie să notăm toate lucrurile auzite cuvânt cu cuvânt, trebuie să facem doar o schiţă a conversaţiei şi este de ajuns să citărm fidel doar câteva propoziţii cheie.

Prelucrarea rezultatelor unui interviu

Pentru analiza textelor de interviu sunt cunoscute mai multe tehnici calitative de prelucrare a datelor. Întrucât acest manual nu se ocupă cu prelucrarea datelor atragem aici atenţia doar asupra unei particularităţi. Deşi textele notate ne ajută să ne aducem aminte de interviu şi există deja algoritmi de calculator, care restructurează textele pe baza caracteristicilor formale sau de conţinut, totuşi cercetătorul trebuie, practic, să înveţe aproape pe de rost interviurile, să îşi aducă aminte de cele auzite şi să le pună în ordine, să le organizeze în mintea lui.

Probleme de etică

Înregistrarea audio, de multe ori, nu serveşte la cunoaştere, ci la atestare: cele auzite pot fi recăutate. În cadrul cercetării unei aşezări, atestarea nu este, însă, un criteriu primordial, deoarece nu este etic să prezentăm un lucru pe care subiectul interviului nu şi-l asumă public (chiar dacă s-a enunţat respectiva părere). Este recomandat ca cercetătorul să ia notiţe în loc să facă înregistrări şi să ceară acordul intervievatului, adică să înmâneze textul de interviu respondenţilor, înainte de publicarea studiului.

Variantele dactilografiate ale textelor de interviu sunt de regulă înmânate celui care a comandat cercetarea. Notiţele trebuie înmânate fără numele participanţilor. Datele împovărătoare, de orice fel, trebuie şterse din text, chiar şi atunci dacă conţin rezultate importante pentru cercetare. Totuşi, în studiu putem să ne referim la aceste rezultate. Nu este indicat ca cercetătorul să înmâneze cuiva înregistrare video, sau audio, ori text dactilografiat complet.

Interviul pe parcursul cercetării unei aşezări

Efectuarea unei serii de interviuri este o metodă des folosită în practică. În vederea elaborării concepţiilor de dezvoltare a unei aşezări umane, de obicei, sunt pregătite şi interviuri în adâncime. Folosirea interviului poate părea de la sine înţeles, pe de-o parte, datorită faptului că oferă rezultate utile, pe de altă parte, datorită faptului că poate fi un instrument important al *legitimităţii* cercetării. Cercetătorul care ia interviul „se vede": oamenii se întâlnesc cu el, beneficiarul cercetării vede şi el că sarcina derulează, munca progresează vizibil – în comparaţie cu eforturile la fel de serioase depuse de un cercetător, de-a lungul unei cercetări cu caracter statistic, sau care este efectuat într-o bibliotecă, care sunt mai puţin spectaculoase. Textele de interviu dactilografiate şi anexate la studiu numai prin volumul lor confirmă deja mărimea lucrării efectuate. Dar să nu uităm că intenţia de obţinere a unor cunoştinţe reale trebuie să fie mai mare, decât motivaţia legitimităţii.

În cele ce urmează prezentăm câteva tipuri de interviuri care sunt deosebit de adecvate în elaborarea concepţiilor de dezvoltare locală. Bineînţeles, nu putem să dăm o reţetă valabilă fiecărui teren, deoarece întrebările, problemele pot fi diverse în diferite aşezări şi întinderi. Următoarea selecţie are, aşa dar, un caracter orientativ.

Serie de interviuri cu membrii Consiliului Local

În cadrul cercetării unei aşezări umane este neapărat nevoie să ne întâlnim cu membrii Consiliului şi cu primarul aşezării, deoarece conform principiului autoguvernării, ei sunt oamenii pe care localnicii i-au înzestrat cu reprezentarea intereselor lor prin alegeri democratice. Deşi întâlnirea cu membrii corpului de deputaţi nu este de ajuns pentru a ne forma o imagine despre o aşezare, totuşi cunoaşterea părerilor şi intenţiilor lor trebuie să fie printre primii paşi ai cercetării. Seria de interviuri poate fi completată cu un interviu luat secretarului, şi după caz, cu un interviu luat unui angajat al Consiliului Local.

Întrebările schiţei de interviu care ţintesc aceste notorietăţi pe lângă faptul că se referă la aşezare şi la viitorul acesteia, mai cuprind şi întrebări care vizează ambiţiile şi conceptele personale ale deputatului, reţeaua lui de relaţii şi aşteptările sale de la munca sa. De obicei, la început, lucrăm cu interviuri nestructurate, însă pe parcurs schiţa de interviu - făcând referire la conceptele deja enunţate - va căpăta un caracter din ce în ce mai structurat.

Serie de interviuri vizând piaţa imobiliară

Caracterizarea pieţii imobiliare locale şi valoarea imobilelor poate fi un indicator important al dezvoltării unei aşezări. Statisticile efectuate pe piaţa imobiliară pot fi completate foarte bine cu interviurile făcute cu agenţii imobiliari. În fiecare aşezare există oameni care se ocupă cu vânzarea-cumpărarea, sau intermedierea imobilelor. În sate, de obicei, nu există o astfel de profesie, s-ar putea ca agenţii imobiliari să trăiască în aşezările mai mari din împrejurimi. Deşi agenţii imobiliari rare ori pregătesc o statistică, totuşi din experienţă ei sunt în stare să evalueze relativ bine caracterul şi dinamica cererilor şi a ofertelor. Aceste informaţii în majoritatea lor nu sunt secrete. De obicei, agenţii imobiliari vorbesc cu plăcere despre munca şi experienţele proprii, cerând în schimb două lucruri: pe de o parte, să prezentăm şi lor rezultatele documentării statistice (ceea ce nu are nici un obstacol), pe de altă parte, să includem părerile, propunerile lor de dezvoltare în studiul nostru. Să nu promitem includerea acestora în studiu, deoarece agenţii imobiliari, de altfel ca toţi actorii unor pieţe, nu au în vedere interesele de lungă durată ale aşezării, ci doar consideraţiile de afaceri de scurtă durată.

Serie de interviuri cu potentaţi (virili)

Cetăţenii, respectiv întreprinderile, care plătesc cele mai multe taxe locale, sunt numite cu o expresie latină de la începutul secolului trecut, *virili* (la începutul secolului s-a luat în considerare cetăţeanul, în zilele noastre se iau în considerare mai ales întreprinderile, firmele). Viziunea antebelică de gospodărire a unui oraş poate fi valabilă şi în zilele noastre: dacă o întreprindere plăteşte o taxă locală mai ridicată, în loc să îşi minimalizeze cheltuielile de acest fel prin mutarea sediului afacerii, atunci această „rămânere în loc" poate fi interpretată ca un fel de patriotism local. Consiliul Local se poate baza atât pe ataşamentul acestora, cât şi pe taxa plătită – este uşor de înţeles de ce ei sunt trataţi pe parcursul planificării unei aşezări, ca şi „clienţi distinşi". Întrebările schiţei de interviu cu virili pot să se refere pe lângă aspectele generale ale aşezării şi la climatul economic/de investiţie, şi la viziunile de dezvoltare ale intervievaţilor şi la efectele acestora asupra întregii aşezări, la modalităţile şi posibilităţile locale de dezvoltare a întreprinderilor, la relaţia acestora cu Consiliul Local, respectiv la modul de a ţine legătura cu acesta. O listă a potentaţilor locului poate fi redactată în fiecare aşezare. Una dintre posibilităţi este să punem în ordine întreprinderile pe baza mărimii taxei de exercitare a profesiei, şi să căutăm grupul superior care se separă în mod evident de celelalte (după care se prezintă o ruptură pe listă). Într-o aşezare mică, de obicei, există patrucinci, într-un oraş mijlociu aproximativ douăzeci de întreprinderi viguroase. Un număr mai mare de douăzeci de întreprinderi nu prea pot fi căutate cu tehnica interviului. Pe parcursul seriei de interviuri este indicat să facem precizări pe listă, ceea ce înseamnă să întrebăm care mai sunt întreprinderi importante în aşezare. Există şi întreprinderi care plătesc o taxă mai mică, care însă pot fi importante comunităţii din alte considerente: de exemplu angajează mulţi oameni, sau reprezintă un nivel ridicat de tehnologie, eventual sunt membrii unui grup economic important.

Serie de interviuri pe raza unor întinderi

În cadrul fiecărei aşezări pot exista sarcini ale Consiliului Local care pot fi rezolvate mai uşor în colaborare cu alte localităţi. Unele reglementări ale dezvoltării de piaţă preferă proiectele armonizate, integrate ale localităţilor. Se pune întrebarea: cât este de cooperant Consiliul Local cercetat şi dacă partenerul, partenerii vizaţi sunt dornici să coopereze cu acesta. La prima

întrebare putem să primim răspuns pe loc, cu ajutorul interviului cu membrii corpului de deputaţi, pentru a putea răspunde la cea de-a doua întrebare este însă, neapărat nevoie de efectuarea unui şir de interviuri ce vizează mai multe aşezări ai ţinutului. În localităţile-partener este indicat să adresăm întrebările secretarului şi nu primarului, deoarece poate secretarul este cel care stă în slujba comunităţii pe parcursul mai multor cicluri de alegeri, şi astfel, de obicei, ne poate prezenta o imagine mai complexă despre relaţiile dintre aşezări.

Serie de interviuri individuale profesionale

Cele mai multe programe de dezvoltare locală sau teritorială îşi propun dezvoltarea anume a unui domeniu profesional, sau a unui grup social. Dacă grupul de ţintă este mic, atunci putem să efectuăm un interviu cu toată lumea. Dacă este mai mare atunci este indicat să căutăm câteva persoane la întâmplare în diferite părţi ale aşezării, după care să îi întrebăm pe aceştia pe cine ar mai fi util să-l contactăm. Este posibil să nu putem să ne întâlnim cu toate persoanele recomandate. Pentru dezvăluirea celor mai importante probleme este de ajuns un număr de 10-15 interviuri.

Chestionar flexibil şi apropiat terenului

Criticile aduse practicii de chestionar depărtat de teren care operează cu întrebări standard

Metoda cea mai des folosită a cercetării cantitative este chestionarul. Scopul culegerii de date cu chestionar este, de obicei, confirmarea sau infirmarea statistică a unei presupuneri întemeiate. Tehnica este foarte bună pentru acest scop: dacă cercetătorul ştie care este tema de cercetare şi ştie, de asemenea, pe baza căror date şi de la cine poate să aştepte răspunsuri, atunci tehnica chestionarului este cea mai eficientă modalitate pentru recoltarea datelor de încredere. Trebuie amintit că metoda chestionarului este foarte costisitoare. Cu toate acestea, opinia noastră este că utilizarea acestei metode va lua avânt, deoarece prezentarea *numerică* a problemelor sociologice începe să aibă un rol din ce în ce mai important în regimul proiectelor cu scop de dezvoltare.

Noile metode ale acestei tehnici, sunt chestionarul personal, telefonic, prin poştă, prin email care trebuie completate individual, chestionarul susţinut de calculator (CAPI, CATI) şi posibilităţile de documentare pe Internet. Acest capitol nu doreşte să prezinte în detaliu tehnica culegerii de date prin chestionar, ci să puncteze pe scurt câteva surse de eroare ale acesteia:

- când chestionarul nu este folosit în scopuri potrivite;
- când nu este scris într-un limbaj corect; şi
- când se presupune că aceeaşi întrebare este interpretată în acelaşi fel în diferite medii culturale şi grupuri sociale.

  În legătură cu criticile aduse tehnicii de chestionar vezi *scrierea în ramă* [1].

[1] Problema, dacă intervievaţii interpretează întrebările standard în moduri diferite, este de o vârstă cu punerea în practică a tehnicii de chestionar. Scrierea în ramă, scrisă de un autor polonez, aleasă, este unul dintre primele texte din Europa Centrală care se referă la această temă. Nu putem să ne angajăm să prezentăm aici literatura care se referă la această temă, recomandăm în atenţia cititorului interesat ca punct de plecare: King, Gary, Christopher J. L. Murray, Joshua A. Salomon şi Ajay Tandon 2004: Enhancing the Validity and Cross-Cultural Comparability of Measurement in Survey Research. American Political Science Review (98) 1: 191-207.

Zygmund Gostowski:

Despre necesitatea de umanizare a cercetărilor de tip *survey*[2]

Tehnica interviului cu chestionar şi a chestionarului a apărut prima oară în cultura americană în împrejurări specifice; această cultură fiind caracterizată de (următorul) regim de condiţii favorabile:

Pe stilul relaţiilor dintre indivizi îşi pune amprenta realismul şi eficienţa organizatorică, astfel printre altele în viaţa de toate zilele, în şcoli, în locurile de muncă sunt utilizate întrebări, teste, sisteme de punctare etc. standardizate.

„Exprimarea liberă" şi ideologia tradiţională a opiniei publice propagă ideea că fiecare cetăţean trebuie să aibă o părere proprie despre toate problemele sociale.

Activitatea de o jumătate de secol a numeroaselor instituţii de tip *survey* din SUA, a dus la integrarea acestui tip de cercetare în cultură.

Datorită şi circumstanţelor arătate mai sus, în SUA şi din în ţările din Europa de Vest, care au condiţii similare, cercetările de tip *survey* se bazează pe relaţia naturală dintre persoanele cercetate şi cei care efectuează cercetarea, adică pe o relaţie socială acceptată cultural. A se afla în situaţie de respondent face parte din paleta rolului *cetăţenesc* de *consumator* în democraţiile burgheze majoritare, adepte ale economiei de piaţă liberă.

Situaţia este total diferită în societăţile în care cele trei caracteristici amintite nu se regăsesc. Apelând la tehnica *survey* (...) cercetătorii nu clarifică întotdeauna faptul, că în diferite condiţii această tehnică va avea mai multe deficienţe fundamentale. Răspunsurile primite vor fi pline de distorsiuni semnificative, care nu sunt cunoscute de cercetător.(lipsa sincerităţii, aprobări, răspunsuri aparente de "nu ştiu", şi răspunsuri „de descotorosire", ori răspunsuri date la întâmplare etc.) Acest lucru se datorează faptului că situaţia de interviu este una artificială, făcută, ceea ce înseamnă că este nedefinită social, aşadar se diferenţiază de situaţiile de viaţă de toate zilele".(...)

Cerinţele analizei cantitative şi ale standardizării

Trăsătura caracteristică cercetărilor *survey*, ca cercetare calitativă, este standardizarea ridicată a stimulilor verbali, în ciuda uriaşelor diferenţe sociale, intelectuale, lingvistice etc. a oamenilor asupra cărora se îndreaptă aceşti stimuli.(...) Când temele întrebării sunt lucruri grele şi complexe, ca de exemplu stratificarea socială şi solidaritatea în cadrul unui grup, standardizarea în raport cu cei mai mulţi respondenţi va fi doar aparentă. Problema standardizării poate fi pusă şi invers: dacă dorim să le comunicăm oamenilor de formaţie total diferită conţinuturi semantice pe cât posibil unitare, trebuie diferenţiate stimulii verbali. În practică, această problemă este rezolvată de cei care pun întrebările, transformând prima variantă a întrebării pe baza reacţiilor observate la respondenţi. Dacă aceste operaţii lingvistice sunt făcute *ad-hoc,* şi de către numeroşi operatori pe baza propriilor impresii, se produce o de-standardizare negativă a metodei de măsurare, care nu poate fi verificată de către cercetător. (...) Această problemă nu poate fi rezolvată prin instruirea operatorilor, care prescrie ca aceştia să repete întrebarea în formă nealterată dacă aceasta este înţeleasă greşit. Această metodă (...) poate să influenţeze în mod negativ relaţia respondentului cu interviul, deoarece într-o situaţie normală dintre două persoane, dacă respondentul nu înţelege întrebarea, se aşteaptă să îi fie repetată într-o formă mai inteligibilă. Repetarea maşinală a întrebării irită respondentul, creează impresia că operatorul îl consideră pe respondent „mai sărac cu duhul". Duce la răspunsuri date la nimereală, ca respondentul să scape de „interogatoriu".

[2] A apărut original: Varşovia, Studie Socjologiczne, 1974/1. Acest extras se bazează pe traducerea de limba maghiară: 1975, Budapesta: Centrul de cercetare a comunicaţie în masă, Módszertan Sorozat (Seria Metodologie) VI./16. Traducerea lui Attila Virágh.

Scopul chestionarului este să strângă cât mai multe date clar definite, precis conturate, reale. Pentru a avea un chestionar bun trebuie să punem întrebări simple, clare, inteligibile, la care putem primi răspunsuri unanime, definibile numeric. La redactarea chestionarului trebuie să ne comportăm economic cu întrebările, pe de-o parte, în vederea diminuării costurilor, pe de altă parte, ca respondentul să nu obosească. Chestionarul „bun" cuprinde exact atâtea întrebări la care există capacitate de prelucrare. De multe ori, tehnica chestionarului este aplicată ca șablon pentru a obţine răspuns la orice fel de întrebări care apar şi nu doar în situaţii bine specificate, ceea ce poate fi o problemă.

Cunoaşterea societăţii locale, dezvăluirea stării de fapt cu ajutorul chestionarului este o practică greşită. Chestionarul este o metodă de cercetare „tare", nu este adecvată pentru tatonarea sensibilă a motivaţiilor care stau la baza răspunsurilor, sau pentru cercetarea unei teme din toate punctele de vedere. Întrebările cu caracter explorator de genul: „După părerea Dumneavoastră care sunt problemele cele mai grave ale aşezării?" sunt potrivite în cadrul cercetărilor cu interviu, sau focus-grup. Între metodele calitative şi cantitative trebuie realizat o partajare optimă de sarcini, rezultatele cărora să se completeze reciproc. În conformitate cu acesta, chestionarul trebuie folosit doar în cazul întrebărilor bine specificate, care pot fi puse fără alte explicaţii, pe cât posibil măsurabile pe o scală de proporţii. Chestionarele „atotştiutoare", robuste, obosesc atât respondentul cât şi operatorul de chestionar, ducând la rezultate proaste.

Chestionarele au adesea un limbaj greoi. Aceste greutăţi sunt cauzate de concepţia cercetătorului care lucrează departe de teren: la formularea întrebărilor cei mai mulţi nu se străduiesc la *inteligibilitatea* întrebărilor, ci vor ca întrebările nu cumva să fie *greşit înţelese.* Din această cauză, chestionarele în loc să folosească un limbaj obişnuit, uzual în toate zilele, sună oficial, întortocheat, sunt redactate pe un metalimbaj al cercetătorului. Puţini sunt cercetătorii care iau în considerare că tocmai datorită formulării greoaie întrebarea poate fi înţeleasă greşit, timp în care şi relaţia de încredere se alterează, şi în cele din urmă poate scădea validitatea măsurării.

Cea de-a treia remarcă - totodată cea mai importantă din perspectiva acestui manual -, pune sub semnul întrebării comparabilitatea rezultatelor produse de chestionar. Prelegerile metodologice care se ocupă cu redactarea chestionarului proclamă ca cerinţă de bază ca întrebările chestionarului să fie puse în mod standard, adică de fiecare dată în acelaşi fel. Chestionarele sunt redactate, de obicei, pe un limbaj ştiinţific mai elevat, pe de o parte ca să poată fi puse tuturor, pe de altă parte ca să nu fie înţelese greşit, să nu fie necesară completarea acestora cu alte explicaţii care ar diminua caracterul standard.

În realitate, întrebările puse în mod standard în diferite medii sociale au efecte diferite. Să vedem un exemplu uşor. Dacă dorim să explorăm cultura de fumat a populaţiei, în chestionar putem să punem întrebarea în acest fel:

„ – Dumneavoastră fumaţi?"

Această întrebare presupune că operatorul de chestionar şi respondentul sunt într-o relaţie distantă. Într-un grup de tineri, sau între oameni care se cunosc întrebarea s-ar pune astfel:

„ – Fumezi, duhăneşti?"

Nu este totuna dacă în loc de *fumezi* întrebăm *dumneavoastră fumaţi*. Se poate presupune că cele două întrebări ar primi răspunsuri diferite. Să fumezi este la modă între tineri, aceştia se pot făli cu acest lucru, ei dau din cap în semn de „da" mai uşor. Este ştiut însă, că fumatul dăunează grav sănătăţii, cauzează cancer, are efect nociv asupra sănătăţii viitoarelor mame şi a oamenilor din jur. În concluzie, tinerii vor da mai puţine răspunsuri afirmative la întrebarea „Dumneavoastră fumaţi" decât la întrebarea „fumezi".

Dacă formularea întrebării este departe de limbajul localnicilor ne amăgim doar cu faptul că vom putea să le punem în mod standard. Chiar şi cel mai profesionist operator de interviu modifică într-o oarecare măsură întrebările neclare, sau dă măcar puţin ajutor, o mică explicaţie, în cazul în care intervievatul este nedumerit. Continuând exemplul de mai înainte, dacă operatorul de chestionar este tânăr şi ia interviu unui individ de vârsta lui, atunci, probabil se vor tutui, şi va pune întrebarea: „Fumezi?" sau dacă au o relaţie mai familiară: „Duhănești?"

Indisciplina operatorului de chestionar, care se opune ţelului pe care îl are cercetătorul, este de fapt manifestarea firească a *muncitorului pe teren*. Redactorul chestionarului, departe de teren, în biroul său dotat cu calculator, are posibilitatea să scrie pe limbajul său propriu, să redacteze întrebări potrivite aşteptărilor ştiinţifice. Operatorul de chestionar *trebuie*, însă, să se adapteze la teren, de exemplu dacă i se oferă să se tutuiască cu intervievaţii, nu poate să refuze. Trebuie să specificăm că indisciplina şi flexibilitatea operatorilor de multe ori corectează întrebările stângace de cercetare, ajutând culegerea de date.

Formularea întrebărilor este în raport de interdependenţă cu validitatea şi credibilitatea răspunsului. Dacă întrebarea se adaptează la teren, adică este formulată pe limbajul local, vom primi răspunsuri valide. Dacă operăm cu întrebări complicate, pe un limbaj academic primim răspunsuri de o validitate redusă. Nu se poate evalua gradul de distorsionare cauzat de neînțelegerea întrebării, fapt ce duce la diminuarea credibilităţii rezultatelor.

Dacă un cercetător ar ajunge la concluzia că – continuând exemplu de mai sus – întrebările trebuie puse în mod tutuit, ar risca ca operatorii de chestionar să fie refuzați de către membrii contingentului mai în vârstă, deoarece a fost nepoliticos, tutuindu-i. Întrebarea „Fumezi?" este potrivit între tineri şi între cunoscuţi, însă nu este recomandat în cazul respondenţilor mai în vârstă, sau a oamenilor cu un anumit prestigiu social.

Câteva cercetări internaţionale cu caracter comparativ, chiar din cauza rigidităţii, pot duce la rezultate proaste. Rămânând la exemplul de mai înainte: dacă întrebarea „Dumneavoastră fumaţi" este pusă femeilor musulmane care trăiesc într-un mediu rural, tradiţional, printre cei care fumează numărul persoanelor care răspund cu „nu", va fi mai mare, deoarece consideră că fumatul este un lucru necuviincios. Într-un mod puţin asemănător, ca de exemplu, în cazul alcoolismului între femei, şi aici, proporţia celor care fumează poate fi dezvăluită cu ajutorul întrebărilor indicator, într-un mod indirect. Aceeaşi întrebare, deci, poate fi astfel validă pe teren (se obţin răspunsuri conform realităţii) şi poate distorsiona într-o mare măsură realitatea pe un alt teren. Cu cât sunt întrebările mai complicate, mai greu de exprimat numeric, sau întrebări orientate valoric, cu atât este mai mare posibilitatea de a fi înţelese greşit. În multe cazuri, ar fi mai indicat ca, în loc să preluăm întrebarea cuvânt cu cuvânt, să le preluăm doar pe *baza conţinutului*, ceea ce presupune apropierea de chestionarul flexibil, care se adaptează la teren.

Chestionarul flexibil, care se adaptează la teren

Până acum am scos în evidenţă faptul că cea mai importantă problemă a tehnicii de chestionar este necesitatea de a formula întrebările pe limbajul localnicilor, căci în caz contrar, în diferite medii culturale se dovedeşte a fi o tehnică neflexibilă. Alternativa chestionarului neflexibil şi depărtat de teren este chestionarul flexibil, care se adaptează la teren.

Scopul adaptării la teren este să putem culege informaţii cu o validitate ridicată. În timp ce, în cazul chestionarelor tradiţionale, se aşteaptă ca mulţimea respondenţilor întrebată să înţeleagă limbajul ştiinţific, sau în cadrul unei comparări internaţionale să înţeleagă raţionamentul gândit într-o altă ţară, în cazul chestionarului care se adaptează la teren cercetătorul trebuie

să înveţe să vorbească pe limba terenului. La formularea întrebărilor trebuie să ne străduim ca acestea, în interpretarea locală, să oglindească exact scopul cercetătorului, adică răspunsul să fie exact acea informaţie pe care îl caută cercetătorul. Acesta, bineînţeles, este greu de realizat în cazul întrebărilor complexe care dau de gândit; să tindem, deci spre simplitate, adică să folosim cât mai multe întrebări închise, care sunt mai bune şi din punctul de vedere al tehnicii de chestionar şi care uşurează pe urmă şi prelucrarea datelor.

Trebuie să fim conştienţi de faptul că atât în cazul unei cercetări internaţionale, cât şi în cazul cercetării societăţilor locale, întrebările chestionarului în mediul diferitelor grupuri sociale apar în diferite contexte, intervievaţii interpretează întrebarea standard în moduri diferite. Întrebările trebuie formulate pe limbajul fiecărei comunităţi culturale locale. Continuând exemplul nostru, să apare atât întrebarea „fumezi, duhănești" cât şi întrebarea „Dumneavoastră fumaţi?". Astfel îi permitem operatorului de chestionar, ceea ce ar face oricum, să pună întrebarea în modul adecvat local. Posibilitatea de a schimba întrebările reprezintă *flexibilitatea* chestionarului. Întrebările chestionarului flexibil nu întreabă, însă, altceva, dimpotrivă când reformulează întrebările în diferite medii culturale întreabă acelaşi lucru cu o validitate mai ridicată.

Flexibilitatea chestionarului nu înseamnă „slăbirea, estomparea" tehnicii, adică apropierea de tehnicile calitative. Întrebările puse în mai multe feluri nu modifică *aria* informaţiilor, nici *fidelitatea* acestora, ci doar măresc *gradul de precizie* al întrebărilor şi al răspunsurilor. Scopul, aici, mai mult decât în cazul celorlalte chestionare, este culegerea datelor care au pe cât posibil un caracter numeric, pot fi evaluate pe o scală de proporţii, întru-cât acestea sunt mai uşor de interpretat şi pot fi întrebate mai cu uşurinţă. Chestionarul poate fi adaptat la teren cel mai uşor, dacă de la bun început conţine întrebări simple, de exemplu întrebări care trebuie decise, sau întrebări faptice, sau dacă trebuie ales una dintre puţine alternative, însă şi în situaţia cea mai ,,slabă" să poată fi evaluată asemănător notelor şcolare. Rezultatul este un chestionar ale cărui întrebări sunt puse cu uşurinţă.

Dacă punem întrebările respondenţilor pe limbajul lor obişnuit, de toate zilele, familiar, în „dialectul" local, acest lucru nu frânează, ci dimpotrivă, face chestionarea mai rapidă. În pofida unor pauze de consultaţii inevitabile ce survin în procesul efectuării unui chestionar, această tehnică cu aceeaşi investiţie de efort face posibilă contactarea tot atâtor respondenţi, ca şi chestionarul tradiţional. Credibilitatea rezultatelor chestionarului flexibil este ridicată, erorile care se datorează diferenţelor culturale pot fi diminuate, validitatea se măreşte.

Cunoaşterea grupurilor sociale şi formularea limbajului unui chestionar cade în sarcina cercetătorului, din această cauză pe parcursul redactării chestionarului flexibil este inevitabil, ca şi cercetătorul să efectueze chestionare. Chestionarul care se adaptează la teren se formează pe parcursul punerii întrebărilor.

Comparabilitate şi consistenţă

Unul din marile dezavantaje ale chestionarului flexibil este faptul, că rezultatele obţinute sunt greu *comparabile.* În lucrări ştiinţifice comparabilitatea este un mare avantaj, din această cauză, de multe ori, este inevitabil preluarea unui set de întrebări care a fost redactată pentru o altă situaţie. Deoarece chestionarul care se adaptează la teren nu obişnuieşte să preia textual blocuri întregi de întrebări, rezultatele sunt greu de comparat cu rezultatele altor cercetări. Chestionarul flexibil tinde să preia întrebări conform *conţinutului* şi nu *textual*, însă practica cercetărilor internaţionale nu face posibil acest lucru. Sunt recomandate soluţionările hibride, care pun întrebările textuale preluate din diferite contexte sociale într-o altă parte a chestionarului (sau pe parcursul unei alte cercetări) adaptându-le la teren.

Rezultatele cercetărilor pe teren aplicate sunt utilizate local, şi din această cauză este indicat să se elaboreze mai cu seamă întrebări care se adaptează la teren şi nu întrebări comparabile.

Un al doilea dezavantaj al chestionarului flexibil este scăderea *consistenţei* din interiorul bazei de date. Verificarea interpretării similare a întrebărilor care au fost puse în moduri diferite este posibilă doar cu metode calitative, de obicei, acestea nu pot fi verificate în mod statistic. O posibilă sursă de eroare este că alegerea întrebării corecte se bazează pe capacitatea de recunoaştere a situaţiei a operatorului de chestionar.

Datorită celor specificate mai sus chestionarul flexibil nu poate fi folosit în orice situaţie de cercetare. Pe parcursul cercetărilor cu scop local poate fi recomandată datorită faptului că poate fi efectuată mai uşor decât tehnicile de interviu tradiţionale, mai „rigide" , datorită flexibilităţii sale şi poate ajunge la rezultate cu o validitate mai ridicată.

Probleme de etică

Sociologii, de obicei, nu sunt superstiţioşi, totuşi dintr-o oarecare tradiţie profesională cred în anumite descântece. Un astfel de descântec este de exemplu următorul: *„Răspunsul la întrebări este anonim şi voluntar, datele vor fi date publicităţii doar în formă agreată".* Mulţi cercetători au convingerea că repetarea maşinală a acestui enunţ într-o situaţie de interviu ajută la dezvoltarea relaţiei de încredere şi scade răspunderea personală a cercetătorului pe parcursul manipulării datelor.

În realitate, dezvoltarea relaţiei de încredere depinde de persoana operatorului de chestionar. În afară de acesta este importantă şi imaginea firmei care face chestionarul şi tema chestionarului şi alte puncte de vedere, însă, fără îndoială, operatorul de chestionar este cel care prin persoana lui, prin capacitatea lui de a realiza contacte personale asigură atmosfera de încredere imperios necesară pe parcursul unui interviu cu chestionar. Este o chestiune etică dacă acest surplus personal, extraprofesional din partea operatorilor este onorat, sau nu, din punct de vedere moral şi material. În cazul cercetătorului cantitativ, în practică, de obicei, nu este preţuit acest lucru. În ierarhia cercetătorilor, cercetătorii care formulează întrebările se află cel mai sus, cei care organizează cercetarea la mijloc, şi operatorii sunt cel mai jos. Cercetătorul, de multe ori nici nu îi cunoaşte personal pe operatori. Această dilemă poate fi solvat greu, dar, fără îndoială, ajută dacă cercetătorul ia parte la faza de punere a întrebărilor, asumând astfel solidaritate cu operatorul.

Dacă cercetătorul promite că datele nu vor fi publicate decât în formă agreată, trebuie să fie atent ca baza lui de date să nu ajungă pe mâna altcuiva. Datorită faptului că persoanele pot fi uşor recăutate pe baza unor date specifice, dacă dorim să avem datele şi pentru analiza secundară, eventual dorim să le predăm beneficiarului lucrării, atunci pe parcursul cercetării trebuie să enunţăm acest lucru clar.

Publicarea datelor în formă încuviinţată nu scade responsabilitatea personală a cercetătorului în legătură cu datele care la urmă pot fi făcute publice. Datele corporative, de asemenea, pot atinge sensibilitatea unei comunităţii locale.

Abc-ul redactării unui chestionar flexibil

Chestionarul flexibil poate fi considerat mai mult o practică de cercetare, decât o metodologie formată. Deşi în unele texte sociologice şi antropologice există trimiteri la folosirea flexibilă a tehnicii de chestionar, în cele ce urmează prezint redactarea chestionarului flexibil şi practica

punerii întrebărilor pe baza experienţelor mele proprii. Experienţele mele nu sunt fără pereche, colegii mei di breaslă spun, că ei de asemenea tratează chestionarele într-un mod flexibil, adaptându-le la teren.

1. *Strategia de chestionar: date care trebuie culese, durata şi structura chestionarului.*

La formularea întrebărilor trebuie să avem în vedere că chestionarul nu trebuie să dea un răspuns la toate problemele de cercetare. În cazul întrebărilor cu caracterul unei cercetări de opinie publică, cele mai multe păreri, opinii, de regulă, pot fi cercetate premergător cu ajutorul metodelor calitative, posibilele dezbateri pot fi ,,jucate" dinainte cu ajutorul focus-grupului, şi de multe ori putem avea destule indicii referitoare la opiniile care vor apare cel mai frecvent. Acele întrebări, însă, în cadrul cărora apar unele păreri în aceeaşi proporţie (de exemplu: două păreri caracteristice apar frecvent în cadrul unei conversaţii) merită puse neapărat într-un format de chestionar. În aceste cazuri nu mai suntem interesaţi de modul în care sunt interpretate întrebările de către intervievaţi, ce fel de urmări cred aceştia că va avea răspunsul (acest lucru este cunoscut deja din faza de cercetare calitativă), ci dorim doar să aflăm reprezentanţii căror păreri sunt în majoritate. Următoarele puncte de vedere merită să fie luate în seamă:

- Multe întrebări de cercetare ne vin în minte în timpul scrierii studiului.
- Cu cât este mai scurt un chestionar, cu atât mai bine.
- Este indicat să începem redactarea chestionarului cu o coală albă de hârtie.
- Să pornim de la nevoia concretă de date a studiului pe care urmează să-l scriem.
- O dată = o întrebare.
- Chestionarul să fie structurat.
- Pe cât posibil să formulăm întrebări închise.

În timpul scrierii studiului, de multe ori, cercetătorii unor aşezări se plâng, că au uitat să întrebe ceva important. Este cert, că cercetătorul este nevoit să (re)considere unele lucruri în timpul scrierii studiului. Uneori, descoperă noi posibile conexiuni, existenţa cărora nu mai poate fi dovedită, sau negată cu ajutorul datelor culese. Acest lucru poate fi prevenit dacă la sfârşitul fazei de cercetare calitativă studiul este scris aproape în întregime, lipsind doar rezultatele fazei de cercetare cu chestionar. La o primă lectură poate fi neobişnuit că recomand scrierea studiului *înainte* de cercetarea propriu-zisă, totuşi acest lucru este posibil. În cadrul cercetării unei aşezări, pe baza unui chestionar bine redactat nu pot să mai apară întrebări, asociaţii noi, nu putem să mai formulăm ipoteze noi. Când redactăm chestionarul trebuie să cunoaştem deja toate întrebările cercetării. Acestea putem să şi le notăm, lăsăm loc liber doar rezultatelor reale. Mai mult de atât, putem să formulăm şi rezultatele posibile, cel mult va trebui să le transcriem pe baza rezultatelor reale - uneori chiar pe opusul celor ce am presupus.

Dacă faza calitativă a cercetării fost executată în mod corespunzător, atunci prin chestionar trebuie să obţinem răspuns doar la câteva întrebări. De altfel, este bine ca chestionarul să nu fie prea lung. În situaţia întâlnirii personale cu intervievatul, operatorul de chestionar – ca să fie agreat - poate să spună că durata chestionarului va fi de 15-20 de minute, în cazul chestionarului telefonic mai puţin, doar 5-10 minute. Deşi acest interval de timp poate fi depăşit, totuşi munca operatorului este uşurată, în mare măsură, dacă chestionarul personal nu este mai lung de o jumătate de oră, iar chestionarul telefonic de 15-20 de minute. Dacă întrebările noastre sunt uşor de înţeles şi nu necesită prea multă gândire, acesta poate presupune chiar şi 80-100 de întrebări.

Este indicat să începem redactarea chestionarului cu o foaie goală. Să nu ne lăsăm influenţaţi de o schiţă de interviu efectuat mai devreme, sau de întrebările unei cercetări internaţionale, ci să ne concentrăm atenţia asupra necesităţile studiului pe care urmează să-l scriem: despre ce vreau să scriu? Care sunt problemele discutabile? Care sunt afirmaţiile care trebuie susţinute cu date credibile?

Dacă este posibil, o informaţie concretă să fie rezultatul unei singure întrebări bine ţintită. Dacă este cazul poate fi redactată şi o întrebare de control. Este bine dacă întrebările par să decurgă una din cealaltă, însă dacă acest lucru nu este posibil, nu este o problemă la fel de importantă ca şi în cazul tehnicilor de interviu.

Chestionarul să fie structurat. Este indicat să începem redactarea chestionarului prin stabilirea structurilor. Întrebările care se referă la unele teme ale cercetării vor fi puse în anumite blocuri. În cadrul fiecărui bloc redactăm trei patru date posibile, după care formulăm întrebările închise conform acestor date. Pe cât posibil să evităm întrebările deschise. Având experienţă în practică şi cunoscând terenul, întrebările deschise pot fi transformate în întrebări închise cu uşurinţă. Dacă nu reuşim acest lucru, atunci mai bine continuăm faza de cercetare calitativă.

În situaţia cunoaşterii terenului, la redactarea primei variante a chestionarului, putem deja să ne străduim să formulăm variantele întrebărilor corespunzătoare comunităţilor locale. Conform experienţelor, redactarea întrebărilor cu acelaşi sens şi în dialectul local, nu este de la sine înţeles nici măcar în cazul cunoaşterii temeinice a terenului. Variantele vor apare mai târziu, pe parcursul punerii întrebărilor.

2. *Chestionarul şi fişa codurilor*

În cazul tehnicilor tradiţionale de chestionar, întrebările şi răspunsurile sunt strâns legate. Conform concepţiei chestionarului flexibil, reperul sigur îl reprezintă aria datelor care trebuie culese, variabila este, însă, modul în care întrebăm acest lucru. Din această cauză este indicat să separăm chestionarul care conţine întrebările şi fişa codurilor care este necesară documentaţiei. Să facem atâtea exemplare din chestionar câţi operatori sunt, iar din fişa codurilor atâtea câte sunt necesare ca toate datele să încapă.
Termeni-cheie:

- Exemplarul magistral al chestionarului;
- Fişa codurilor;
- Stocarea datelor întrebărilor închise şi deschise;
- Stocarea variantelor de întrebări.

Chestionarul flexibil are doar un număr limitat de „exemplare magistrale", unu pentru fiecare operator de chestionar. Este bine ca operatorul de chestionar să îşi noteze numele pe exemplarul magistral, deoarece cele mai multe corectări vor fi făcute cu mâna, iar acestea, oricum, nu vor putea fi descifrate doar de el însuşi.

Pe fişa codurilor trebuie notate doar rezultatele. Folosirea în mod separat a chestionarului şi a fişei codurilor, este o practică cunoscută pe parcursul cercetării cu chestionar, însă cauza acestuia nu este flexibilitatea întrebărilor, ci diminuarea cheltuielilor: datorită faptului că întrebările nu trebuie tipărite din nou, tehnica necesită mai puţină hârtie. Cine nu a lucrat, încă, cu o fişă a codurilor, pe parcursul primelor întrebări va nota unele răspunsuri pe chestionar, însă oricine se poate obişnui uşor cu folosirea fişei codurilor.

Dacă suntem norocoşi, chestionarul nostru conţine întrebări închise. În asemenea situaţii fişa codurilor este doar o grilă pătrată, în compartimentele căreia notăm doar numere.

Pe o astfel de fişă a codurilor încap chiar şi datele a 20-25 de chestionare. Datele fişei codurilor sunt uşor de introdus în calculator.

Întrebările deschise merită notate pe o fişă a codurilor rezervă. De obicei, răspunsurile încep să fie familiare pe la mijlocul cercetării – atunci putem să le transformăm pe acestea în întrebări închise.

Principiul chestionarului flexibil este că în vederea obţinerii aceleiaşi date trebuie întrebat în diferite medii culturale în moduri diferite. Este indicat să notăm care dată cu care variantă a întrebării am recoltat-o. Acest lucru poate fi rezolvat dacă în fişa codurilor există două rubrici pentru fiecare răspuns, una dintre acestea conţine varianta de întrebare, iar cealaltă conţine codul răspunsului. Cu această metodă poate fi filtrată, în principiu, dacă o variantă a întrebării produce rezultate care diferă în mare măsură de rezultatele celorlalte variante. Această metodă, însă, nu este potrivită pentru confirmarea statistică a problemei dacă întrebările standard, sau cele flexibile dau rezultate mai valide.

3. *Chestionarea şi definitivarea întrebărilor*

- chestionarea preparatoare;
- interogare adaptată la teren;
- variantele întrebărilor;
- consultaţii de chestionar;
- chestionarul ajunge la forma lui finală la sfârşitul chestionării.

Chestionării preparatoare (de probă) i se acordă o importanţă majoră şi în cadrul chestionarului „tradiţional", prin intermediul ei ne dăm seama cât este de lung un chestionar, respectiv dacă întrebările sunt inteligibile. Chestionarele neflexibile, însă, pot formula doar o singură întrebare, care din nevoia de a corespunde cerinţei comparabilităţii şi de a fi interpretată corect, se adaptează la mediul local doar într-o măsură limitată, şi deseori este greu de înţeles.

Interogarea de probă stă la baza redactării unui chestionar flexibil. Pe baza şirului de întrebări, cercetătorul şi operatorii de chestionar participă cu toţii la recoltarea datelor încă din prima zi a cercetării. În timpul punerii întrebărilor deriva de la limbajul chestionarului este permis operatorilor de interviu doar în măsura în care acest lucru este obişnuit în practică. Scopul este ca modulările textuale, - existente de altfel voalat într-o măsură oarecare şi în practica cercetării de tip *survey,* care în principiu este o metodă neflexibilă - abaterile de la chestionar cu această ocazie să fie declarabile şi influenţa lor să poată fi controlată pe parcursul culegerii datelor. În cazul chestionarului flexibil operatorii trebuie să noteze toate abaterile de la întrebarea originală pe exemplarul magistral al chestionarului. Astfel se alcătuiesc variantele întrebărilor, respectiv lista îndrumărilor care urmează a fi folosită de operatori.

În timpul zilei cercetătorul şi operatorii trebuie să se consulte de mai multe ori. Cu aceste ocazii se procedează la compararea variantelor de întrebări. Cercetătorul trebuie să îşi formeze o părere despre acceptarea sau respingerea unor variante ale întrebărilor pe baza cunoaşterii terenului şi luând în considerare trăsăturile personale ale operatorilor. În principiu, creşterea variantelor nu este un scop. De multe ori, ajunge doar o singură întrebare, dar în nici un caz nu este nevoie de mai mult de trei sau patru variante pe parcursul cercetării unei aşezări. La sfârşitul primei zile, în urma a trei-patru consultaţii, chestionarul, de obicei, ajunge la forma ei finală. Acest chestionar modificat care conţine şi variantele întrebărilor, merită tipărit din nou, deşi operatorii de chestionar s-au obişnuit, deja, să descifreze completările scrise cu mâna.

Poate exista un mediu cultural multistratificat, în care, datorită diverselor subculturi sau micro-culturi, întrebările trebuie modificate, sau explicate altfel, chiar şi în ultima zi de cercetare. Dacă respondentul nu înţelege, sau înţelege întrebarea greşit, şi operatorul de chestionar nu îi explică întrebarea, spunând că el trebuie să pună neapărat unul dintre variantele de întrebări prezente în chestionar, acest lucru este, bineînţeles, o greşeală. Însă, ar fi o greşeală şi dacă această modificare nouă nu ar apărea ca informaţie în studiu. În aceste cazuri ne ghidăm după aceleaşi principii ca până acum: să punem întrebarea în aşa fel încât să fie uşor de înţeles şi în contextul schimbat să aibă acelaşi sens ca în celelalte situaţii. Modificarea trebuie specificată pe chestionar, şi trebuie să ne referim la aceasta pe fişa codurilor. Astfel privind, chestionarul ajunge la forma lui finală doar *după* punerea întrebărilor.

4. *Asigurarea comparabilităţii şi a coeziunii*

Unul dintre dezavantajele chestionarului flexibil este faptul că este greu de comparat cu rezultatele altor cercetări. În realitate însă, această problemă poate fi soluţionată: în chestionarul flexibil putem să amplasăm şi întrebări rigide, în aceste cazuri preluăm textual blocuri întregi de întrebări din alte cercetări. Pe lângă blocul care produce rezultate comparabile merită ataşate întrebări de control flexibile, care se adaptează la teren şi astfel cele două feluri de rezultate vor deveni comparabile.

Un alt pericol al chestionarului flexibil este *coeziunea* din interiorul bazei de date; datele care au fost culese prin diferite modalităţi înseamnă, sau nu într-adevăr acelaşi lucru. După părerea noastră nu este o sursă de eroare dacă operatorii de chestionar pun întrebările oarecum modificate, sau dacă le explică pe acestea în diferite situaţii. Greşeala ar fi dacă ar ţine neapărat să pună întrebările în felul în care ele sunt formulate, sau dacă aceste abateri de la întrebarea originală nu ar fi descoperite. Problema mai de grabă este perioada de chestionare pilot când, întâi punem întrebarea într-un anumit fel, după care punem diferite variante ale aceleiaşi întrebări. Deoarece în perioada aceasta culegem prea multe date, nu putem să nu le luăm în considerare, însă merită să verificăm diferenţa în raport cu celelalte zile ale chestionării, ori să ponderăm.

5. *Prelucrarea datelor pe teren*

Implicarea calculatorului în procesul de recoltare a datelor îl îndepărtează pe cercetător de teren: există deja proceduri care fac munca operatorului inutilă, adică în cele din urmă nimeni nu mai merge pe teren.

Ajutorul dat de calculator poate avea şi un efect opus, cercetătorul nu mai trebuie să stea în birou, el poate efectua tot mai multe faze ale cercetării pe teren. În timp ce, până acum redactarea unui chestionar a fost o muncă făcută într-un birou, în zilele noastre poate fi efectuat mult mai uşor pe teren. La fel, introducerea datelor şi prelucrarea acestora poate fi făcută de asemenea pe loc. Introducerea în calculator a fişelor codurilor redactate într-un mod corespunzător nu necesită mai mult de câteva ore.

Interviul flexibil care se adaptează la teren este o tehnică de interviu de tip personal, dar poate fi folosită şi în cadrul unui interviu telefonic. Deşi acestea nu sunt soluţii profesionale, în practică, cercetările locale cu chestionar efectuate prin telefon sunt susţinute de mult timp de calculator. Dacă măsurarea prin telefon este efectuată la faţa locului, este indicat să ne bazăm pe infrastructura Consiliului Local, şi pentru sfârşit de săptămână să cerem împrumut clădirea şi o parte din calculatoare. Putem să instalăm un operator de bază de date şi un *file* cadru pe calculatoare. Pe parcursul punerii întrebărilor putem să introducem

răspunsurile direct şi baza de date va fi gata repede, nouă rămânându-ne doar să facem analiza. Lucrând la faţa locului, de multe ori, primim reacţii informale mai uşor, iar aceste reacţii pot fi importante din punctul de vedere al situaţiei, sau al rezultatului cercetării.

Prelucrarea datelor poate fi făcută pe loc, mai mult, uneori este chiar recomandată ca datele să fie prelucrate local. Înainte de publicarea rezultatelor este indicat ca într-un cerc mai restrâns să le prezentăm pe acestea în aşezarea în care am făcut cercetarea, ca să observăm efectul acestora.

Culegerea şi analizarea bazelor de date statistice pe teren

Culegerea şi prelucrarea bazelor de date statistice poate avea ca scop orientarea preliminară, dezvăluirea conexiunilor care nu sunt chiar evidente, confirmarea, sau eventual infirmarea statistică a supoziţiilor noastre. Pentru prelucrarea datelor statistice este nevoie de o aparatură tehnică serioasă, din această cauză, mai de mult prelucrarea a fost făcută în birouri bine dotate. În zilele noastre, însă, analiza datelor nu este condiţionată de rămânerea în birou. Cercetătorul poate să lucreze, în principiu, oriunde cu ajutorul unui laptop şi al unui mobil cu acces la Internet, sau poate să acceseze calculatoarele consiliilor, şcolilor locale, sau ale casei de cultură.

Situaţia este asemănătoare şi în cazul colectării bazelor de date statistice. În zilele noastre, instituţiile locale din fiecare aşezare sunt nevoite să culeagă diferite date; din această cauză multe date statistice pot fi procurate pe loc. În cazul cercetărilor unei aşezări, sau a unei întinderi cei mai importanţi furnizori de date sunt consiliile şi şcolile locale. Datele statistice care nu pot fi procurate local, însă sunt importante din perspectiva cercetării, pot fi procurate de la oficiului naţional de statistică, sau din alte baze de date.

În zilele noastre întrebarea nu este dacă suntem în stare să procurăm şi să analizăm baze de date pe loc în timpul cercetării pe teren, ci dacă merită să facem acest lucru. După părerea mea merită.

Sociologul care dezvoltă concepţia, pe parcursul cercetării aplicate a unei aşezări, este numit „consultant" - ca să poată fi diferenţiat de colegul lui „proiectant". Interpretarea datelor statistice este o sarcină specifică de consultant. Analiza datelor în mod primordial serveşte la dezvăluirea, în linii generale, a interconexiunilor fundamentale. În zilele noastre, consiliile locale dispun de cele mai multe date statistice pentru schiţarea interconexiunilor mai importante. Cea ce lipseşte este cunoştinţa profesională cu ajutorul căruia pot fi dezvăluite informaţiile importante valabile.

Fiind vorba de o *culegere de date pe plan local,* cercetătorul poate să arate un exemplu în studiul său, cum pot să interpreteze instituţiile locale datele personale într-un mod mai complex decât până acum. Dacă analizele lui au acaparat atenţia celor care au comandat studiul, se poate spera ca în cele ce urmează şi ei vor efectua asemenea analize de date în baza lor de date reactualizată. Însă, în cazul în care cercetătorul îşi procură informaţiile dintr-o sursă depărtată, sau necunoscută, persoanele din fruntea conducerii aşezării nu vor putea presupune că ei de asemenea pot să reproducă munca lui.

Dacă luăm datele cu noi cu scopul prelucrării ulterioare, acesta poate fi o sursă de neîncredere. Din această cauză este indicat să efectuăm *prelucrarea datelor pe loc*, adică să prelucrăm datele statistice local, ca manipularea datelor confidenţiale să fie făcută într-un mod liniştitor, verificabil. În cazul prelucrării datelor pe loc putem să prezentăm rezultatele furnizorului de date instant, aceste rezultate pot fi verificate şi interpretate împreună cu cercetător. Acest lucru uşurează, în mare măsură, interpretarea de mai târziu, adică scrierea studiului.

Unii cercetători se tem, că dacă dezvăluie secretele meseriei şi se dovedeşte că această meserie nu este o mare vrăjitorie, atunci nu vor mai primi alte comenzi. După părerea mea, cercetarea locală ajută, în mare măsură, la dezvoltarea relaţiei de încredere cu Consiliul Local, iar această relaţie de încredere stă la baza altor comenzi. Cercetătorul nu trebuie să se teamă nici de faptul, că nu va mai fi nevoie de munca lui dacă dă un exemplu pentru prelucrarea datelor statistice în studiul său. Pe de o parte, se poate aştepta la faptul că aria statisticilor locale se dezvoltă, pe de altă parte pentru cunoaşterea prealabilă a situaţiei şi a opiniei societăţii locale va fi nevoie de noi măsurări, noi anchete şi cercetări.

Accesarea datelor (şi a datelor preluate) poate fi cerută pe baza legilor de protecţie a datelor şi a statisticilor. Unele date pot fi procurate doar cu acordul celor la care se referă acestea. Este indicat ca cercetătorul înainte să ceară date, să se documenteze, să cunoască legile care se referă la acesta.

Colectarea datelor statistice care pot fi procurate pe loc necesită o oarecare viziune apropiată de teren.

La elaborarea concepţiilor de dezvoltare a localităţilor, sau a regiunilor, de obicei, analizăm următoarele statistici:

- Date demografice şi de fluctuaţia populaţiei (populaţia prezentă, populaţia declarată şi/sau populaţia conform recensământului, căsătorii, divorţuri, natalitate, mortalitate etc. respectiv date demografice pentru analiza timeline).
- Date care se referă la educaţie şi la calificare, la starea actuală şi la prognoza evoluţiei resurselor umane.
- Date privind bunăstarea populaţiei, adică indicatori ai calităţii vieţii şi al nivelului de trai, date sociale, sănătate şi de evidenţa locurilor de muncă.
- Date care se referă la economia locală (numărul, volumul comerţului desfăşurat al firmelor, tendinţele de creştere etc.).
- Date regionale cu caracter comparabil (cunoscând datele care se referă la aşezările din împrejurimi putem să interpretăm datele care se referă la aşezarea respectivă în contextul statistic propriu).

Dintre datele amintite mai sus cele mai multe pot fi procurate la faţa locului, fără să fie nevoie de prea multă cercetare.

Datele demografice care se referă la aşezare pot fi procurate de la birourile de evidenţa populaţiei din cadrul consiliului local. Cele mai multe consilii locale ţin evidenţa informatizată şi pentru manipularea datelor folosesc acelaşi program de prelucrare a datelor. Evidenţa informatizată face posibilă listarea şi gruparea datelor pe diferite criterii, de exemplu este uşor să clasificăm datele pe baza vârstei, la femei-bărbaţi şi să prezentăm un arbore al vârstei: numărul contingentului critic (de exemplu adolescenţi) poate fi clasificat şi anual. Datele mai vechi, din păcate nu sunt disponibile încă, pe calculator în multe aşezări, dar ele există pe hârtie, astfel pot fi efectuate analize timeline pe loc. Trebuie să luăm în considerare că consiliul local ţine în evidenţă populaţia cu domiciliul permanent, sau provizoriu *declarat*, datorită indicatorilor de migrare în unele aşezări, mai ales în medii aglomerate diferenţa poate fi de 20-30%. Totuşi datele „oficiale" sunt un bun punct de plecare; estimarea evoluării reale al populaţiei trebuie definită în comparaţie cu acestea.

De la şcoala locală poate fi procurată numărul copiilor de vârstă şcolară, respectiv numărul şi proporţia copiilor care stau în zona şcolii. Datorită faptului că copiii de vârstă şcolară sunt ţinuţi în evidenţă de mai multe decenii, datele ne oferă posibilitatea să facem o analiză timeline.

Agenţiile de evidenţa forţei de muncă pot să ne furnizeze date despre situaţia resurselor umane şi a pieţei *forţei de muncă*, iar în legătură cu *bunăstarea populaţiei*, de calitatea locuirii, furnizorul datelor poate fi comisia socială a consiliului local. Aceste date însă sunt exacte doar în ceea ce priveşte populaţia dezavantajată şi nu se referă la toată populaţia. Este inevitabilă compararea şi completarea acestora cu alte surse de date.

Datele care se referă la *întreprinderile şi firmele locale* pot fi procurate, în primul rând, de la referentul financiar responsabil pentru buget şi impozite locale. În aşezările mai mici, de multe ori, aceste sarcini sunt îndeplinite de secretar. În evidenţa impozitelor locale găsim date despre practicarea diferitelor meserii. Datele care se referă la unele firme pot fi secrete, însă pot fi procurate în formă agreată de la Camerele de Comerţ. Pentru prepararea datelor agreate putem să îi rugăm pe cei de la biroul buget-finanţe al consiliului să efectueze grupări simple conform punctelor de vedere al cercetării, de exemplu, într-o eşalonare de ramificaţie, sau pe baza venitului realizat. Pe baza venitului, punând datele în ordine descrescătoare, de exemplu, trebuie căutate locurile de ,,ruptură", astfel putem să diferenţiem câte 3-6 grupuri în cele mai multe aşezări. De cele mai multe ori, numărul întreprinderilor mici care, de obicei, nici nu funcţionează, este cel mai ridicat, mai puţine sunt întreprinderile mijlocii, şi doar puţine firme intră în categoria întreprinderilor mari.(Bineînţeles firmele care sunt considerate mari local, în comparaţie naţională pot fi întreprinderi mici, sau mijlocii). Diferitele grupuri pot fi caracterizate pe baza unor puncte de vedere simple: venitul mediu al grupului, diviziunea profilelor firmelor în fiecare grup (de exemplu secţie de comerţ, agricultură, industrie, furnizor etc.) diviziunea formelor economice organizatorii (S.A., S.R.L. etc.) proporţia de proprietate internă şi externă etc. Simpla trecere în revistă a firmelor locale poate fi un punct de plecare important la definirea sarcinilor de dezvoltarea a întreprinderilor, dezvoltarea economiei locale. Baza de date poate sta la baza altor cercetări, de exemplu putem să cerem o mostră stratificată de la unele grupuri, respectiv putem să evaluăm lista întreprinderilor care plătesc cele mai mari impozite locale (firme viguroase), bineînţeles, fără venitul concret al acestora. Datele necesare analizei stau la dispoziţia la biroul buget-finanţe. Ca biroul să ne pregătească datele agreate, încuviinţate, este nevoie, la fel ca şi cu alte ocazii pe parcursul muncii pe teren, de dezvoltarea relaţiei de încredere. Funcţionarii respectivi pot să refuze cooperarea, chiar şi în cazul în care primarul este cel care le cere să redacteze datele.

Capitolul venit propriu din bugetul a Consiliului Local arată clar sursele veniturilor. Bugetul consiliilor locale poate fi accesat de către public.
Pe baza acestuia putem să comparăm importanţa impozitului local de exercitare a unei meserii cu venitul din restituirea impozitului pe venit, cu normativele etc. putem să facem o comparaţie timeline.

În afara datelor prezentate mai sus să nu sperăm că la faţa locului vom putea face rost şi de alte date. Baza de date de comparaţie regională poate fi accesată dintr-o arhivă a oficiului central de statistică mai uşor, decât dacă am cutreiera consiliile locale ale aşezărilor din împrejurimi. Datele agreate pot fi procurate din anuarele judeţene, iar colectate în formă electronică pot fi cerute din stocul T-STAR al oficiului central de statistică. Datorită faptului că accesarea acestuia este limitată şi deoarece folosirea bazei de date T-STAR necesită timp şi este costisitoare, este bine ca cercetătorul să ştie ce date îi sunt necesare. Dacă solicitarea cercetătorului este generală (de exemplu doreşte să primească date care se referă la şomaj), atunci oficiul central de statistică îi va servi indicatori care pot fi prelucraţi uşor. Există

posibilitatea ca să lipsească exact acele date care ar fi importante din perspectiva analizei de mai târziu. Înainte de solicitarea datelor este bine să ne uităm într-un anuar statistic şi să vedem care vor fi datele necesare cercetării. Datorită comparabilităţii este indicat să cerem şi indicatorii timeline şi teritoriali (de exemplu judeţene).

VI. Redactarea hărţii mentale

Introducere

Hărţi obiective nu există!

Interferenţe (crosstalk-uri): noţiunea de cartografiere cognitivă în diferite discipline

Istoria teoriei

Culegerea şi prelucrarea datelor

Probleme de etică

Redactarea hărţii mentale pe parcursul cercetării aplicate a unei aşezări

Abc-ul redactării unei hărţi mentale

Texte în chenar:

Hărţi mentale şi cartiere istorice

Un american la Paris

Unele sunt, iar altele nu sunt hărţi mentale

Sorin A. Matei: Cartografia mentală poate identifica stereotipiile urbane

Introducere

Modul în care folosim spaţiul rearanjează în conştiinţa noastră imaginea reală a unei aşezări. Distanţele pe care le cutreierăm zilnic ne par mai scurte, iar locurile pe care le vizităm mai rar sunt considerate îndepărtate. Propriul nostru mediu înconjurător ne pare familiar, vreme ce alte cartiere ale oraşului ne par străine, chiar ostile. Ce ne este departe şi ce aproape, ce este familiar şi ce este străin, se bazează fireşte întotdeauna pe sentimente subiective, în funcţie de experienţe, motivaţii, abilităţi preliminare. *Harta* mentală sau *cognitivă*[1] (conform definiţiei lui Downs şi Stea[2]) „ *este un proces alcătuit dintr-o serie de procese psihologice, care observă, codifică, stochează, invocă şi decodifică informaţiile care se referă la mediul spaţial de toate zilele"(...).* Harta cognitivă, în acest sens, este o caracteristică a conştiinţei care – cu cuvintele lui Zoltán Cséfalvay – se află în *minţile* noastre. În momentul în care un cercetător redactează o hartă mentală se ocupă cu cartografierea hărţilor, adică cu colectarea şi interpretarea hărţilor mentale din mintea noastră.

Unele elemente şi imagini ale conştiinţei subiective individuale au de regulă o parte comună, pe care fiecare locuitor o împărtăşeşte: punctele importante de orientare, trasee, graniţele cartierelor. Harta mentală redactată de cercetător – ca produs – este prezentarea unei părţi a spaţiului, ca *mediu înconjurător*, din perspectiva unui (sau a mai multor) individ(i), oglindind părerile respectivului(ilor) individ (sau indivizi). Cunoştinţele colective sau individuale care se referă la spaţiu pot fi interpretate grafic, în forma unei hărţi sau a unei baze de date. Bineînţeles, prezentarea grafică a unei hărţi mentale nu este neapărat identică cu o lucrare de cartografie „reală", deoarece prima porneşte de la percepţia oamenilor asupra spaţiului, iar cea de-a doua porneşte de la datele obiective, măsurabile care se referă la teren.

Culegerea hărţilor mentale poate fi importantă în cadrul *cercetărilor aplicate* de dezvoltare a aşezărilor, de exemplu pentru interpretarea tendinţelor pe piaţa imobiliară. La reprezentarea unei părţi a oraşului, spaţiilor mentale oamenii alocă diferite asociaţii, o parte a acestora au un caracter personal (de exemplu: acolo stă cumnatul meu), o altă parte este împărtăşită de cei mai mulţi localnici (de exemplu: în acel cartier stau bogaţii). Pe baza părerilor comune, cartierelor se pot asocia caracteristici specifice. Chiar dacă aceste păreri sunt sau nu întemeiate, pot determina soarta unui cartier sau a unei aşezări.

Redactarea hărţii mentale este prin excelenţă un domeniu interdisciplinar, care s-a dezvoltat din diferite ramuri ştiinţifice, îndeosebi din psihologie, antropologie, geografie şi cartografiere. Nici în zilele noastre nu s-a decis, încă, dacă este vorba despre un nou domeniu ştiinţific interdisciplinar, eventual despre o paradigmă, sau numai de o nouă tehnică, deşi idea de hartă mentală are, deja, un trecut de patruzeci-cincizeci de ani. Chiar şi expresia de „hartă mentală" sau „hartă cognitivă" este folosită cu diferite conotaţii în diferite discipline. Numărul confuziilor creşte datorită termenilor asemănători care au, însă, sensuri diferite, ca de exemplu harta valorică *(value map),* harta concepţiilor *(concept map),* harta semantică *(semantic map)* etc.

În zilele noastre, practica cartografierii mentale este foarte tânără. Pentru culegerea şi interpretarea informaţiilor referitoare la teren nici până în zilele noastre nu există o metodologie unitară. Nu s-au dezvoltat nici formele standard de culegere de date, spre exemplu, o întrebare mult dezbătută este, dacă pe parcursul cercetării respondenţilor să li se pretinde sau

[1] În acest manual noţiunile de hartă mentală respectiv hartă cognitivă sunt tratate ca sinonime.

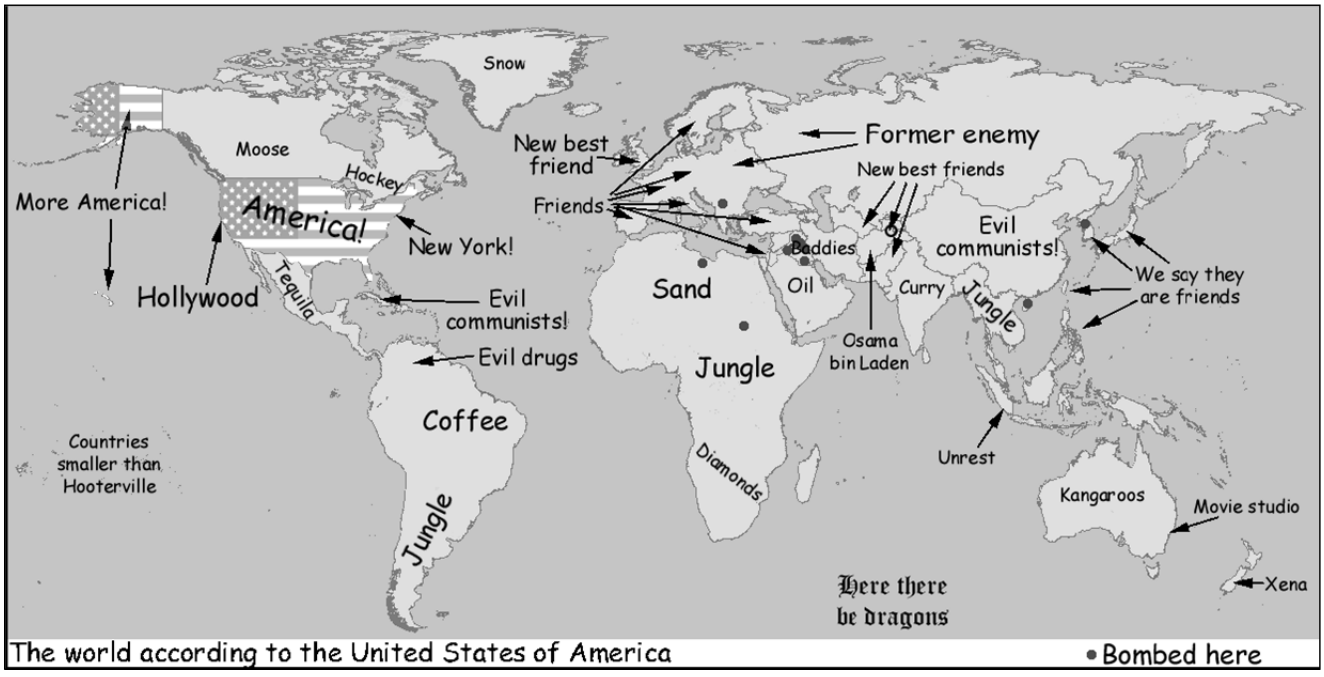
[2] Robert M. Downs şi David Stea 1973: Cognitive Maps and Spatial Behavior: Process and Products. In: Downs şi Stea (redactor.): Image and Environments. Chicago: Aldine Publishing.

nu schiţarea de hărţi. Diferitele moduri de stocare, prelucrare şi interpretare a datelor pot fi socotite mai mult doar ca nişte experimente şi nu tradiţii metodologice. În noul mileniu, atât metodologia cât şi teoria acestei discipline noi cunoaşte o dezvoltare rapidă, dintre tehnicile amintite în acest manual aici se observă cea mai dinamică dezvoltare.

Elaborarea de hărţi mentale este o disciplină bine cunoscută în Ungaria, persoanele interesate pot să găsească puncte de sprijin şi în ţară. În *literatura recomandată* specificăm lucrări din literatura de specialitate în limba maghiară, precum şi unele pagini de Internet.

Hărţi obiective nu există!

Pe parcursul elaborării unei hărţi mentale pornim de la conţinuturile subiective ale conştiinţei. Cu ocazia transpunerii cunoştinţelor colective referitoare la spaţiu pe o schiţă de hartă, apar bineînţeles multe elemente subiective.

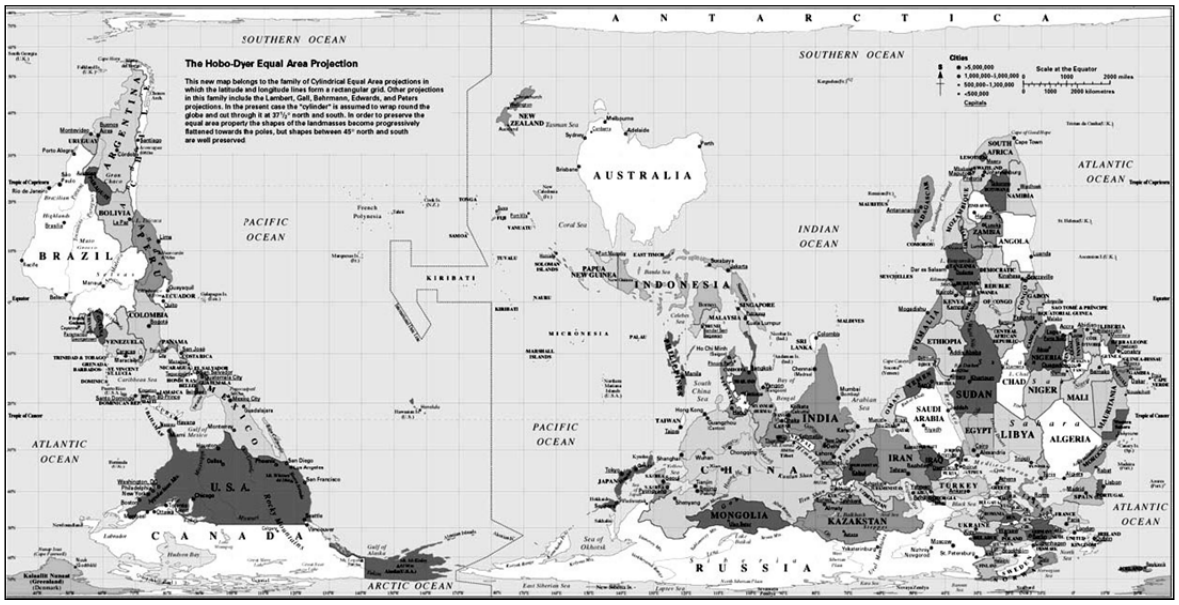


Caricatura de mai sus este dintr-un e-mail menit să fie hazliu. Ea reflectă opinia unui noname-rican asupra modului în care majoritatea americanilor îşi imaginează Pământul.

În epoca de glorie a cartografierii a fost cât se poate de firesc ca hărţile să fie redactate pe baza datelor subiective. Distanţa geografică a fost evaluată pe baza duratei de mers către destinaţie, iar conturul munţilor pe baza descrierilor unor voiajori. Bunăoară autorii hărţilor au dat mare importanţă prezentării florei şi faunei (mai cu seamă a monştrilor) şi a locuitorilor. Bineînţeles, acestea sunt elemente subiective care reflectă opinia cartografilor respectivi.

Fragment al unei hărţi medievale reprezentând Europa de nord-vest

Puţini oameni sunt conştienţi de faptul că şi hărţile din zilele noastre conţin multe elemente subiective. Următoarea imagine este o „hartă a lumii" contemporane, suprafaţa Pământului. După un moment de nedumerire realizăm desigur conturul continentelor, care par neobişnuite datorită faptului că Australia se află la mijloc.

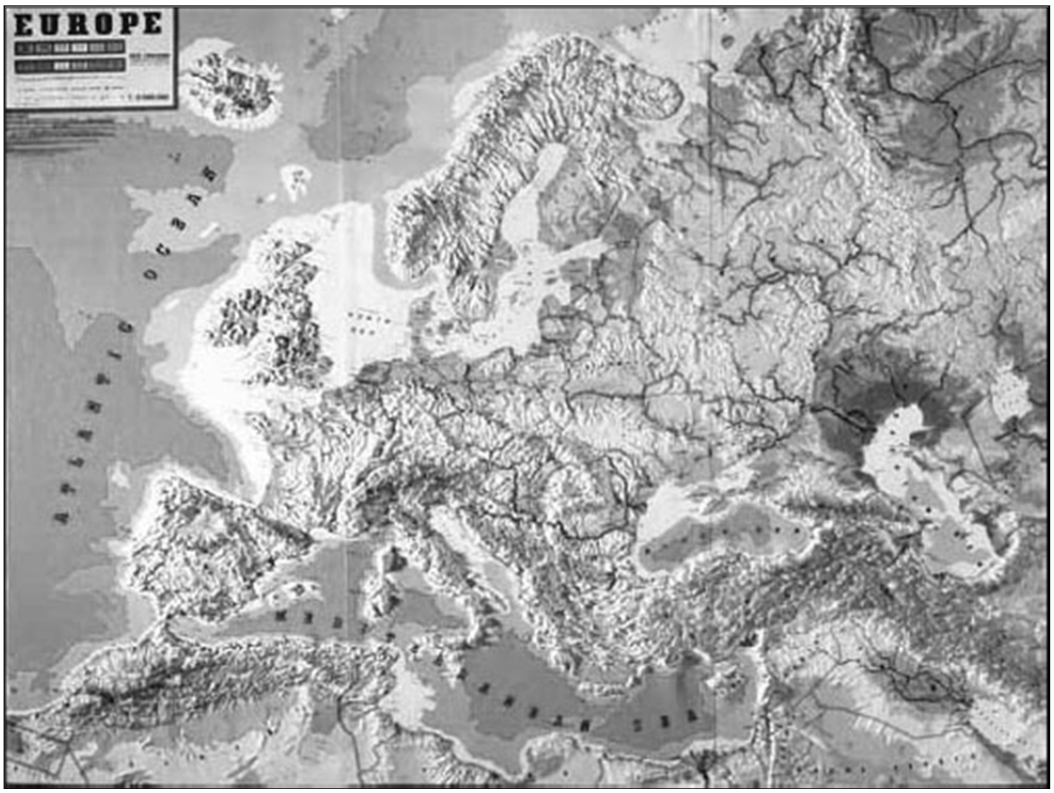


Harta lumii, publicată în Australia

Harta este stranie datorită faptului că suntem obişnuiţi cu hărţile pe care Nord este reprezentat în partea de sus, iar Oceanul Atlantic, mai precis Greenwich este la mijloc. Acest lucru este, fără îndoială, un element subiectiv; această convenţie prezintă harta mentală a cartografilor din vremea când Imperiul Britanic a fost puterea conducătoare a lumii economice şi politice.

În afară de orientare *culorile* hărţii de asemenea sunt elemente subiective. Conform convenţiilor acceptate universal, de exemplu, câmpiile sunt verzi, munţii maro, zonele alpine albe, iar deşerturile sunt de obicei reprezentate cu galben deschis. Harta parcă încearcă să imite culorile naturale: să oglindească verdele viu al câmpiilor care se află aproape de râuri, pustietatea

munţilor, albul zăpezii. Imaginile de satelit prezintă însă culori cu totul diferite: munţii sunt verzi, locurile galbene şi maro independent de altitudine, sunt deşerturi. Culoarea verde a zonelor mai joase oglindeşte harta mentală a cartografilor europeni din secolul XIX–XX. Pentru ei câmpiile au fost zonele familiare, verzi, bune pentru agricultură, iar munţii au fost locuri rar locuite, înfricoșătoare, fapt ce putea fi redat cel mai bine cu o culoare maro, mai rece.



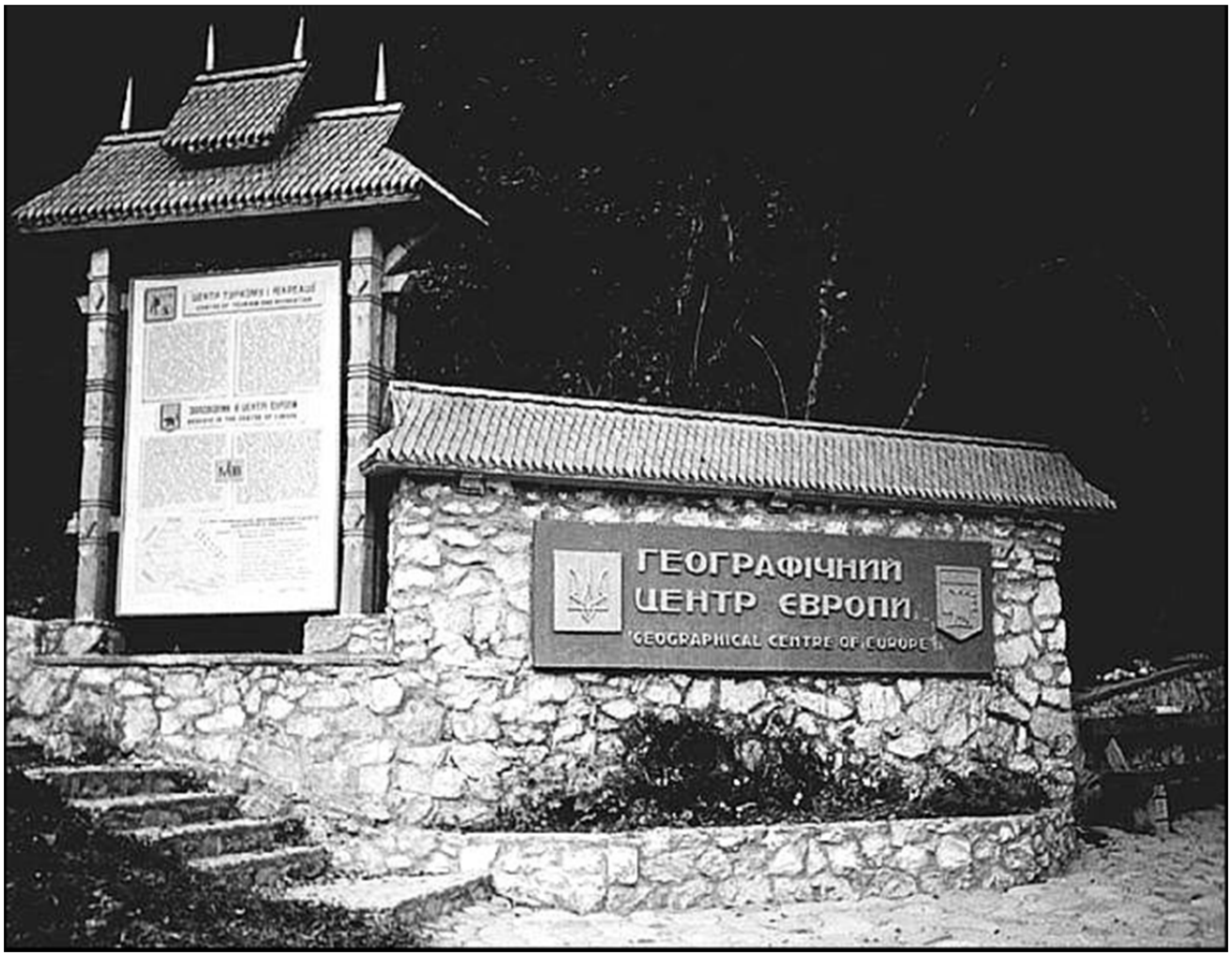
Harta de relief a Europei

Uniunea Sovietică înainte de destrămare

Pe hărţile de dinainte de schimbarea de regim, Uniunea Sovietică a fost reprezentată aproape întotdeauna cu culoarea roz (roz închis) atât în est cât şi în vest. De bună seamă, varianta pastelată a roşului, adecvată unei hărţi, indică regimul comunist al ţării.

Exemplele de mai sus au punctat subiectivitatea cu care cartografii *reprezintă* pe hărţi informaţiile culese. Mulţi sunt de părere însă, că culegerea şi prelucrarea datelor în elaborarea hărţilor este cu totul obiectiv, iar factorii subiectivi nu au nici un rol.

Pozele de pe pagina următoare prezintă monumente dedicate „Centrul-ui Geometric al Europei". Unul se găseşte în Ucraina iar celălalt în Ungaria. Deşi definirea conturului continentului şi stabilirea punctului geometric central este aparent obiectiv – sarcină care poate fi făcută uşor cu instrumente de cartografiere – centrul geometric al Europei este ţinut în evidenţă în portul Mahart din insula Csepel, în Lituania (Vilnius), Republica Belarus şi Franţa. Diferitele „puncte geometrice centrale" pot fi la o distanţă de 1000-1500 de km una de cealaltă şi fiecare poate fi considerată punct central pe baza unor măsurări oficiale. Altminteri, centrul geometric al continentului probabil se află undeva în Bazinul Carpatic.



Monument „Centrul Geometric al Europei" ,
Terebesfehérpatak, Kárpátalja, Ucraina

Monument „Centrul Geometric al Europei", Tállya, Ungaria

Interferenţe, asemănări /crosstalk-uri/

Acest capitol tratează noţiunile de *hartă mentală* respectiv *hartă cognitivă* ca fiind sinonime reciproce. Alte discipline folosesc aceste două expresii într-un sens care diferă de modul nostru de abordare; mai precis, ne putem întâlni cu mai multe expresii cu înţeles şi/sau aspect fonetic asemănător: *hartă valorică, hartă a concepţiilor, hartă semantică, cartiere istorice* etc. În acest capitol încercăm să clarificăm sursele posibilelor neînţelegeri.

După părerea unora, redactarea unei *hărţi mentale* sau a unei *hărţi cognitive (cognitiv/ mental mapping)* în terminologia psihologiei şi a geografiei sociale definesc două lucruri diferite. Ca şi când obiectul cercetării ar fi inversat: geografia colectează cunoştinţele care se referă la spaţiu, iar harta *cognitivă* - în sens psihologic -cartografiază cunoştinţele, adică se ocupă cu elaborarea „hărţii" structurilor semnificaţiilor conştiinţei. Unii cercetători (precum Tversky[3]) consideră că între cele două noţiuni nu există diferenţe, deoarece în ambele cazuri este vorba de dezvăluirea, cartografierea conţinutului conştiinţei; în procesul cercetării conştiinţei ar fi imposibil să limităm cercetarea la conţinuturile care se referă la teren, deoarece procesele cognitive pot fi interpretate doar în propria lor complexitate.

În psihologia socială, expresia de hartă valorică *(value map)* înseamnă schema preferinţelor valorilor (sociologică, psihologică), respectiv „harta" care rezultă din scalarea multidimensională a rezultatelor. Dintre cercetările din Ungaria iese în evidenţă studiul lui László Füstös intitulat *Értéktérkép*[4] (1988) (Harta valorică).

---

[3] Tversky, Barbara 1993: Cognitive Maps, Cognitive Collages and Spatial Mental Models. In: Frank, Andrew U. şi Irene Campari (redactor.): Spatial Information Theory: A Theorethical Basis for GIS. Lecture Notes in Computer Science 716: 14-24 Berlin: Springer.

[4] László Füstös 1988: Értéktérkép.(Harta valorică). Harta valorică a 16 ţări oglindind principiile de creştere a copiilor. Budapesta: MTA SZKI, Módszertani Füzetek (Caiete metodologice)

Expresia de mai înainte se aseamănă cu *harta de valori* de pe piaţa imobiliară/dezvoltarea aşezărilor doar prin aspectul fonetic, harta reprezentând de fapt piaţa imobiliară a unei aşezări prin culori sau în alte moduri, sau înseamnă baza de date care stă la baza hărţii, adică cadastrul valoric. În acest sens tratează această expresie Béla Varga-Ötvös[5] .

Sociologia organizaţională, ştiinţele de organizare şi de management folosesc expresia *harta concepţiilor (concept mapping)* ceea ce practic înseamnă schiţa complexă procesională de îndeplinire al unui concept, schiţă ce marchează diferitele faze, participanţii, mediul social-organizatoric, reprezentând rezultatele grafic. Harta conceptională este redactată pe baza percepţiei unui sau a mai multor participanţi (de obicei, pe baza cercetării cu focus-grup, mai rar pe baza unui interviu sau a observaţiei participative) - rezultatele sunt, de multe ori, prelucrate cu ajutorul metodelor de comprimare a datelor (MDS).

Cartografierea semantică (*semantic mapping*) este o abordare lingvistică, care se ocupă cu dezvăluirea relaţiilor lingvistice (formale sau de conţinut) dintre texte. Expresia de hartă a cuvintelor (*word mapping*) sau hartă a ideilor (*idea mapping*) este, de asemenea, o abordare a lingvisticii. Un nou domeniu de aplicare este cercetarea relaţiilor şi a trimiterilor lingvistice dintre paginile de Internet /deci nu relaţia dintre link-uri, ci dintre subiecte/ la care se referă o mulţime de expresii: *semantic networking, semantic web etc.*

Cartier istoric este o noţiune înrudită cu harta mentală, fiind de fapt o hartă mentală a unor timpuri apuse.

Hărţi mentale şi cartiere istorice

Cartierul istoric este o noţiune consacrată şi larg folosită în practica de planificare şi dezvoltare a oraşelor din Ungaria, dar nu numai. Pe parcursul planificării unei aşezări, localităţi, ele sunt luate în considerare, mai mult decât atât, în cazul anumitelor oraşe cartierele istorice sunt evidenţiate, marcate pe hărţile turistice. (exemplu oraşul Eger, Gyula etc). Aceste cartiere istorice prezintă conţinuturile conştiinţei din vremuri ce au precedat apariţia administraţiei moderne, adică sunt numele unor graniţe şi zone ale unei aşezări care în zilele noastre nu mai sunt „valide", însă s-au păstrat în tradiţie. Unele zone ale oraşului au fost unităţi administrative „oficiale", altele nu au fost niciodată. De exemplu *„hóstyák" (hoch stadt*) din Eger păstrează amintirea vechilor suburbii, în timp ce denumirile tradiţionale a celor mai multor sate maghiare nu s-au bazat pe o graniţă administrativă, doar la nivel de conştiinţă colectivă.

Pe scurt, am putea afirma că cartierele istorice sunt hărţile mentale ale vremurilor de demult, care păstrează într-o oarecare măsură legături cu unităţile administrative de odinioară. Cartierele istorice nu coincid cu hărţile mentale din zilele noastre nici măcar în aşezările cele mai tradiţionale, deoarece deprinderile de utilizare a spaţiului se schimbă pe parcursul vieţii de zi cu zi.

Din perspectiva practicii de proiectare a oraşelor putem să afirmăm faptul că *cartierele istorice* sunt hărţi mentale nechibzuite, negândite, create cu o metodologie greşită, care nu reflectă credibil nici harta mentală a vremurilor istorice şi nici pe cea din zilele noastre. Pe parcursul cercetări aplicate colectarea cartierelor istorice rar sunt precedate de investigaţii istorice, sau de cercetări în arhive. Mai mult, decizia referitoare la care perioadă istorică anume să se facă referire, care denumire să fie considerată ,,istorică" (ceea din sec. XIX, XVI, XVII) este una arbitrară, neistorică. În loc de cercetări istorice, în practica de proiectare a oraşelor, cartierele istorice sunt considerate date, şi în mod caracteristic, proiectantului i se comunică verbal, care şi unde sunt anumite zone a oraşului. Ne putem da seama uşor că această informaţie oglindeşte harta mentală a unui anume angajat al consiliului local.

[5] Béla Varga-Ötvös 1993: Értéktérkép.(Harta Valorică). Metoda de măsurare a averii imobiliare a unei aşezări. Comitatus (3) 1.

Noţiunea de cartier istoric nu este indicat să fie folosită în legătură cu toate aşezările ci doar acolo unde categoriile cele mai importante ale hărţii mentale nu s-au schimbat de un timp îndelungat. În cazul oraşului Eger este indicat să considerăm spaţiile mentale şi spaţii istorice totodată, deşi şi aici au avut loc schimbări majore; de exemplu o parte a zonei istorice *Belváros* (centrul oraşului) a devenit independent din punct de vedere cognitiv sub numele de „*sétálóbelváros*" (centrul pietonal al oraşului), în timp ce *Sánc* (Șanț) a devenit practic o parte din *Belváros.*

În cazul unor aşezări sau a unei zone dintr-o aşezare ar fi anacronistic să vorbim despre zone „istorice" datorită caracterului nou şi dezvoltării rapide a aşezării. În metropola Budapesta, de exemplu, populaţia aşezării Telki în ultimii 10-15 ani a crescut de la 500 la 2500 de persoane şi creşterea continuă. Păstrarea denumirilor istorice a fost îngreunată şi de faptul că, cu excepţia câtorva familii, toată populaţia satului a fost evacuată după cel de-al doilea război mondial datorită originii şvabe. Bineînţeles, găsim spaţii mentale şi aici, mai mult de atât, conţinuturile acestora se îmbogățesc într-un ritm alert în zilele noastre. Să amintim doar un exemplu: terenurile care au fost lăsate în paragină – conform unor amintiri – vreme îndelungată au fost „o mare de mac de câmp". Majoritatea acestor terenuri fac parte acum din intravilan, însă, denumirea de „*Pipacsos*" a centrului din limbajul colectiv (locul cu mac de câmp) păstrează până azi amintirea schimbării de regim. Denumirile asemănătoare acestora vor deveni mai târziu „cartiere istorice".

Istoria teoriei

Puţine domenii de interes ştiinţific au luat naştere într-un mediu interdisciplinar atât de vast ca în cel în care s-a născut harta mentală. Cercetarea conţinuturilor conştiinţei care se referă la spaţiu a apărut (şi s-au influenţat reciproc) la începutul anilor `60 cam în acelaşi timp în domeniul geografiei, psihologiei, a lingvisticii şi a ştiinţelor sociale. Fără să încercăm să prezentăm dezvoltarea şi influenţa reciprocă a acestor domenii ale ştiinţei, prezentăm doar nişte scrieri considerate mai importante, cu ajutorul cărora sperăm să uşurăm progresarea celor interesaţi în această temă.

Cercetarea hărţilor mentale – după părerea unora – este de o vârstă cu cercetarea culturii, şi a apărut, deja, sub denumirea de *utilizarea spaţiului* în literatura antropologică şi etnologică de la începutul secolului trecut. Deşi la *Bronislaw Malinowski*[6] încă nu apare cartografierea cognitivă, la prezentarea lanţului comercial dintre insulele Trobriand, autorul menţionează faptul că localnicii insulei consideră că insulele apropiate sunt cele înconjurătoare şi acest crez influenţează dezvoltarea relaţiilor comerciale. Datorită influenţei şi popularităţii internaţionale, lucrarea lui *Tamás Hofer* şi *Edit Fél*[7] despre împărţirea temporală şi spaţială a agriculturii ungare, se face remarcată în literatura etnografică maghiară.

În anii şaizeci-şaptezeci, schimbarea cognitivă şi structuralistă produsă în antropologia culturală a dus la evaluarea cercetării percepţiei spaţiului. Lingvistica şi antropologia au mers mână în mână, în multe privinţe au fost în interdependenţă una cu cealaltă. Pentru cititorul maghiar, cea mai cunoscută lucrare cu caracter antropologic este cartea lui *Edward T. Hall*[8]

[6] Malinowski, Bronislaw 1922: *Argonauts of the Western Pacific*. London: Routledge. (*Argonauţi ai spaţiului din nordul Pacificului* - introducerea acestui text poate fi citită în capitolul III al culegerii lui László Letenyei.)

[7] Hofer Tamás şi Fél Edit (1997): *Arányok és mértékek az átányi gazdálkodásban*. (Proporţii şi măsuri în agricultura din Átány) Budapesta:Balassi. (Cartea a apărut original în Germania de Vest în 1964, traducerea în limba maghiară a apărut doar cu decenii în urmă.)

[8] Hall, Edward T. (1975): *The Hidden Dimension*. Garden City: Anchor Books. (în limba maghiară: 1975, 1987, 1995 etc.: Rejtett dimenziók. Budapesta: Gondolat, Katalizátor Iroda etc.)

(1966, 1975) intitulată *The Hidden Dimension (*Dimensiuni ascunse), care a avut cinci publicaţii în limba maghiară. Volumul tratează problemele comunicării şi ale cunoştinţelor culturale care se referă la teren, respectiv cu problematica limbajului. Hall foloseşte expresia de „proxemică" pentru cartografierea interdependenţei dintre utilizarea timpului şi a spaţiului în diferite culturi şi colectivităţi umane, această expresie se completează în unele tradiţii de cercetare cu desenarea unei „figuri proxemice". Printre numeroase constatări importante subliniază şi faptul, că omul şi mediul său înconjurător se modelează reciproc. Omul creează cultura, dar pe parcurs se adaptează la aceasta, se domesticeşte – şi în cele din urmă cunoaşte lumea prin limbajul culturii, în timp ce şi mediul construit (urban) este un produs rezultat din procesul de selectare-filtrare al culturii. Părerile noastre care se referă la spaţiu, nu se bazează, în primul rând, pe realitatea obiectivă, ci pe percepţia subiectivă a acesteia.

În domeniul redactării unei hărţi mentale s-au influenţat reciproc cele mai diferite abordări din domeniul lingvisticii, psihologiei şi a geografiei. Cercetările psihologice timpurii, cu şobolani (de exemplu cel al lui Edward Tolman[9] 1948) au îmbinat, în mare măsură, cercetarea percepţiei spaţiului, a redactării unei hărţi mentale şi al comportamentului animalic/omenesc. Influenţa lui Konrad Lorenz se poate observa în cartea lui Kevin Lynch[10] (1960), care s-a ocupat cu modul în care se orientează oamenii în oraşe. Lucrarea lui Lynch, care de altfel a fost arhitect, a pregătit terenul – după părerea lui Zoltán Cséfalvay[11] (1990) – pentru o nouă cotitură în domeniul geografiei. Un secol mai târziu a apărut scrierea programatică a geografului Roger Downs[12], iar în 1973 culegerea redactată împreună cu David Stea[13]. Această ultimă lucrare l-a influenţat pe Stanley Milgram[14], un psiholog calificat, care a creat în domeniul mai multor discipline, acesta a publicat studiul său despre harta mentală a Parisului în 1976 (*vezi scrierea în ramă).* Efervescenţa intelectuală în jurul redactării unei hărţi mentale şi a geografiei *behavioriste* este semnalată de faptul că au apărut mai multe manuale şi cursuri într-o succesiune rapidă (de exemplu: Gould şi White[15], Downs şi Stea[16], Gold[17], Stoltman[18], Holahan[19]).

---

[9] Tolman, Edward C. 1948: *Cognitive Maps in Rats and Men*. Psychological Review 55 (4):189-208.

[10] Lynch, Kevin 1960: *The Image of the City*. Cambridge MA: MIT Press.

[11] Cséfalvay, Zoltán 1990: *Térképek a fejünkben*. (Hărţi în mintea noastră) Budapesta: Akadémiai.

[12] Downs, Roger M. 1970: Geographic Space Perception: Past Approaches and Future Prospects. *Progress in Geography*, 2: 65.108.

[13] Robert M. Downs şi David Stea (redactor) 1973: *Image and Environments*. Chicago: Aldine Publishing. (Downs a fost geograf, Stea psiholog; colaborarea lor a fost un exemplu bun pentru dezvăluirea caracterului interdisciplinar al hărţii mentale)

[14] Milgram, Stanley (1992): Psychological Maps of Paris. In: Milgram, Stanly: *The Individual in a Socal World: Essays and Experiments*. (Eds: John Sabini and Maury Silver.) McGraw-Hill. (A apărut pentru prima oară: Ittelson, W. H., H. M. Prohansky és L. G. Rivlin [redactor.] 1976: Environmental Psychology: People and Their Physical Settings. New York: Holt, Rinehart and Winston).

[15] Gould, Peter R. şi Rodney R. White 1974: *Mental maps*. Harmondsworth: Penguin, Pelican geography and environmental studies. (Ediţia a doua completată şi revizuită: 1986, London, New York: Routledge.)

[16] Downs, Roger M. şi David Stea 1977: *Maps in Minds. Reflections on Cognitive Mapping*. New York: Harper & Row. (Introducerea cărţii poate fi citită în culegerea lui László Letenyei)

[17] Gold, John R. 1980: *An Introduction to Behavioural Geography*. Oxford: University Press

[18] Stoltman, Joseph P. 1980: *Mental maps: resources for teaching and learning*. Sheffield: Geographical Association

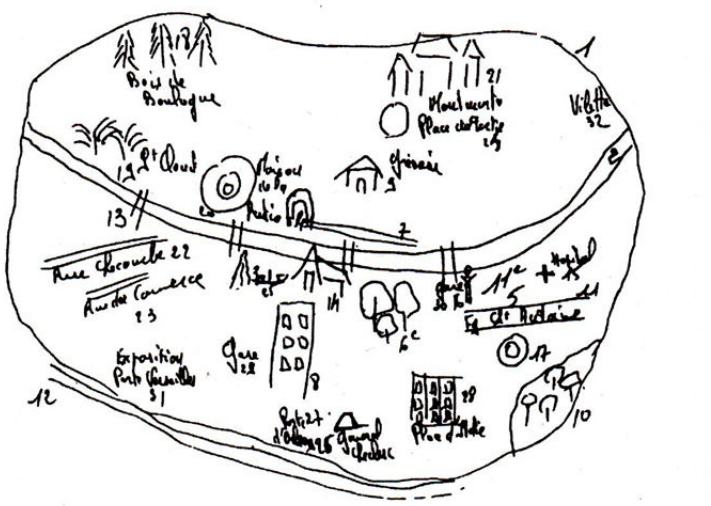
[19] Holahan, Charles J. 1982: *Environmental psychology*. New York: Random House. (Şase capitole ale acestei cărţi pot fi citite şi în limba maghiară în culegerea de *Psihologia mediului* a lui Andrea Dúll şi Kovács Zoltán [redactor] 1998: Debrecen: Kossuth Egyetemi Kiadó.)

Un american la Paris*

Recenzie din cartea lui Stanley Milgram

Când Stanley Milgram a început să exploreze harta mentală a Parisului a fost nevoit să se confrunte cu faptul că informaţiile care se referă la teren sunt greu de descoperit. *„Imaginea pe care o au oamenii despre Paris nu este asemănătoare cu un permis de conducere pe care îl prezentăm la un control. Pe parcursul investigării trebuie să folosim toate metodele psihologice care ne stau la dispoziţie pentru a putea dezvălui conţinuturile conştiinţei"* – prezintă Milgram importanţa cercetării, referindu-se, de altfel, la studiul lui Downs şi Stea din 1973. Cercetătorul a abordat în cele din urmă o procedură metodologică considerată în vremea lui „iregulară"; a pretins de la participanţi *desenarea unor hărţi mentale*, care a fost completată cu un şir de interviuri specifice. Deşi mostra a fost destul de mică (218), a considerat că este important ca intervievaţii să fie aleşi la întâmplare – random -, dar să reprezinte proporţional cele douăzeci de cartiere ale Parisului. A avut grijă ca respondenţii să aparţină diferitelor grupuri sociale.

În prima fază Milgram le-a cerut respondenţilor să deseneze harta Parisului pe o coală albă de hârtie. Harta următoare este cea a unui mezelar de 33 de ani.



„La prima vedere imaginea poate părea neclară, dar dacă ne uităm îndeaproape începem să descoperim elementele de trai ale respondentului. Nu a uitat să marcheze cartierul în care locuieşte, cartierul 11 şi nici (...) La Villette, unde se găsesc măcelăriile şi depozitele cele mai mari. Putem să ne imaginăm în ce măsură a fost fascinat de Galeria de Expoziţie cu ocazia unei plimbări la poarta Versailles (...) Cel mai tare ne poate încurca cotitura râului Sena făcută invers, din care cauză elementele de pe malul râului sunt plasate mai departe de locul lor geografic real. (p. 90-91)"

Milgram scoate în evidenţă faptul că oraşul ca atare este o construcţie *socială* şi a considerat că este important să prezinte harta mentală colectivă a parizienilor pe baza hărţilor individuale. Datorită numărului mic de reprezentanţi ai metropolei nu a fost nevoie să folosească calculatoare pe parcursul analizei datelor (despre acest lucru Milgram nu scrie, dar este posibil că datorită acestui criteriu a fost mică mostra), ci a tras concluziile pe baza comparării celor 218 de hărţi mentale executate de subiecţi. A constatat, de exemplu, că conturul Parisului (*périphérique)* a fost reprezentată pe toate hărţile, mai mult de atât, au fost chiar proporţionale; în comparaţie cu acesta imaginea râului Sena a fost distorsionată treptat.

* Stanley Milgram (1976): Psychological Maps of Paris (Hărţile psihologice ale Parisului). Numerele paginilor se referă la ediţia din 1992.

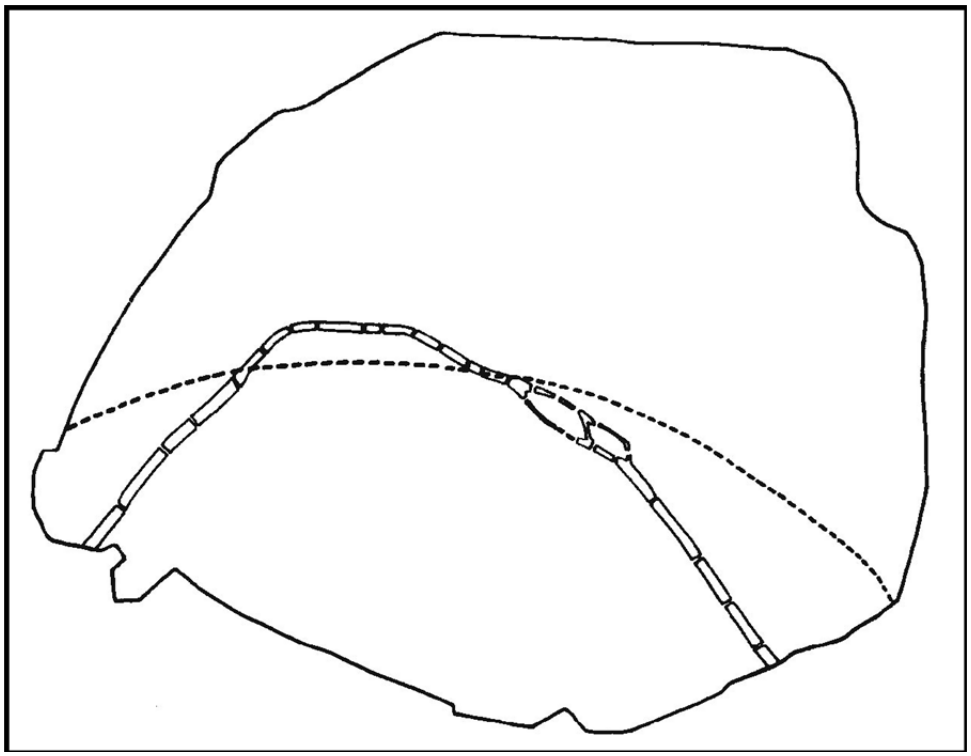


Fig.8.5., pagina 90, Cotitura experimentală a râului Sena. Linia întretăiată pe care am copiat-o pe cotitura reală a râului reprezintă media arcurilor râului Sena care apar pe hărţile desenate cu mâna.

Milgram a elaborat o statistică ce arată de câte ori apar unele elemente ale spaţiului pe hărţi. În această recenzie prezentăm doar primele elemente (p.92).

Succesiune	Numele elementului	Frecvenţa apariţei pe hărţi (%)
1.	Sena	84,3
2.	Graniţele Parisului	81,5
3.	Étoile, Arc de Triomphe	61,9
4.	Notre Dame	55,5
5.	Tour Eiffel	54,6
6.	Bois de Boulogne	49,1
	Primele 50 de elemente	

În timp ce desenarea unei hărţi de către respondenţi s-a bazat pe evocarea nedirijată a elementelor cognitive (*free recall*), în metoda următoare Milgram a prezentat intervievaţilor 40 de fotografii despre Paris. Pe baza răspunsurilor şi/sau a reacţiilor, Milgram a filtrat patru tipuri de rezultate; cele care se referă la „iconurile-spaţiului" (caracteristici referitoare la teren ce pot fi deduse din asociaţii, stereotipii), la diferenţele de clasă, la greşeli, omiteri şi la locurile necunoscute. Dintre acestea ne referim doar la una, pe scurt: a descoperit că motivul cunoaşterii anumitor locuri şi anumitor clădiri este diferită în mare măsură în unele grupuri sociale, pe de o parte, datorită segregării (adică izolării cartierelor în care locuiesc oameni bogaţi şi săraci), pe de altă parte datorită diferenţelor culturale dintre diferitele clase sociale. De exemplu 67% dintre intelectuali cunosc clădirea UNESCO, în timp ce în cazul muncitorilor această cifră este de doar 24%. (pagina 104).

Prelucrarea datelor cu ajutorul calculatorului a devenit mai puţin costisitoare de la sfârşitul anilor optzeci, creând o bună oportunitate pentru verificarea empirică a diferitelor modele de cercetare teoretică, sau a celor care se bazau pe simulări sau documentaţii. În 1993, Barbara Tversky[20] a stabilit trei grupuri ale redactării unei hărţi cognitive; în afară de *harta cognitivă*, *colajele cognitive* care au la bază abordarea constructivistă, şi *modelele spaţiale mentale*. În timp ce cartografierea cognitivă însumează conţinuturile conştiinţei referitoare la spaţiu, conform colajului cognitiv *(cognitive collage)* percepţia noastră despre spaţiu este în legătură cu mult mai multe elemente ale conştiinţei, de exemplu la aprecierea unei distanţe putem să luăm în considerare timpul parcurs cu maşina, fusul orar, sau chiar şi campaniile militare istorice, ori familia de limbi şi din toate acestea creăm informaţia referitoare la spaţiu - asemenea unui *colaj*. Aceasta este o abordare *constructivistă* datorită faptului că în centrul atenţiei nu este harta (colajul), ci procesul de creare al acesteia. Acest lucru se complică şi mai mult datorită faptului că informaţiile din conştiinţa noastră stau la dispoziţia noastră cu erori sistematice, sau întâmplătoare. Modelele spaţiale mentale *(spatial mental models)* pornesc de la faptul că diferitele informaţii ale spaţiului nu formează o imagine completă, lacuna – golul - dintre punctele sigure *(landmarks)* este completat, *modelat* de conştiinţa noastră. Cu cuvintele lui *Csaba Pléh*[21] *„aplicăm rutina interpretativă la toate lucrurile care se întâmplă în jurul nostru, astfel devine lumea coerentă”.* Abordarea constructivistă a hărţii mentale, se concentrează pe procesul de construire a modelului şi nu pe harta propriuzisă.

În ultimul deceniu au apărut noi abordări şi algoritme analitice în materie, însă prezentarea cadrelor teoretice ale acestora depăşesc atribuţiunile prezentului volum. Ca în cazul tuturor domeniilor de cercetare care se dezvoltă rapid, şi aici avem de a face cu o mulţime de materiale de conferinţă, publicaţii şi o serie de manuale care încearcă să prezinte o imagine generală şi structurată (de exemplu: Portugali[22], Kitchin şi Freundschuh[23], Kitchin[24]).

O caracteristică specifică a cercetărilor aplicate este, că rar se bazează pe noile abordări teoretice, se lucrează mai ales pe baza constatărilor considerate acceptate. Datorită faptului că acest volum doreşte, în primul rând, să dea o mână de ajutor în pregătirea pentru aplicarea în practică, cugetările metodologice pe care le prezentăm în cele ce urmează pot fi considerate urmări ale începuturilor redactării hărţii cognitive, aşadar ale lucrărilor lui Lynch, Downs, şi Gould.

---

[20] Tversky, Barbara 1993: Cognitive Maps, Cognitive Collages and Spatial Mental Models. In: Frank, Andrew U. şi Irene Campari (redactor.): *Spatial Information Theory: A Theorethical Basis for GIS*. Lecture Notes in Computer Science 716: 14-24. Berlin: Springer

[21] Pléh Csaba: Az elbeszélt történelem a pszichológiában. (Istoria narativă în psihologie) Prelegerea a fost făcută în cadrul sesiunii ştiinţifice din 3-4 mai 2000 a Catedrei de Filozofie şi Ştiinţe Istorice al facultăţii MTA cu titlul *A történeti helyzettudat alakváltozásai: Kényszerpályák és alternatívák a magyar történelemben* (Schimbările conştiinţei teritoriale istorice: Alternative în istoria maghiarilor)

[22] Portugali, Juval 1996: *The construction of cognitive maps*. Dordrecht: Kluwer Academic Publishers, The geojournal library.

[23] Kitchin, Rob şi Scott Freundschuh (redactor) 2000: *Cognitive Mapping: Past, Present and Future*. London, New York: Routledge.

[24] Kitchin, Rob 2002: *The cognition of geographic space*. London etc.: I.B. Taurus.

Sorin A. Matei: Cartografia mentală poate identifica stereotipiile urbane[25]

Hărţile mentale sunt imagini despre spaţiile geografice sau sociale cu ajutorul cărora ne orientăm în viaţa de zi cu zi. Caracteristica lor cea mai importantă este că ele nu sunt reprezentări pur factice, ele sunt spaţii subiective, spaţii trăite şi simţite. Ele reflectă modul în care realitatea geografică este reflectată şi interpretată în mintea noastră. Hărţile mentale, deşi imprecise şi distorsionate de subiectivitatea noastră, sunt extrem de importante pentru a înţelege cum spaţiile urbane sunt construite şi folosite de locuitorii lor. Acest articol va încerca să explice cum distanţa dintre realitatea geografică şi cea emotiv-subiectivă, conţinută în hărţile mentale, ne poate ajuta să găsim zonele dintr-un spaţiu urban care sunt prea mult sau prea puţin folosite sau valorizate. Mai mult, ele ne ajută să evităm stereotipiile acolo unde acestea nu sunt justificate.[26]

Hărţile mentale sunt scheme ale spaţiului geographic, fizic sau social. Ele sunt vag organizate în mintea noastră în funcţie de o imagine intuitivă, simţită a localizării variatelor puncte de interes din lumea care ne înconjoară. Ele sunt rar conştientizate; ele sunt senzaţia că acasă este „acolo", că oamenii „buni" sau „golanii" sunt „dincolo," că zonele bune de locuit sunt „dincoace." Acele spaţii de orientare sunt încărcate emoţiional cu frică, invidie, dezgust, admiraţie etc. Spaţiile urbane, în special, sunt cartate în mintea noastră cu ajutorul unor imagini subiective, care ne spun ce locuri sunt „sigure," „atractive" şi ce locuri sunt de evitat. Organizarea hărţilor mentale urbane pe modelul „frică"-„atracţie" este explicată de natura însăşi a experienţei urbane. Oraşul este un spaţiu al „străinilor," al celor care ignoră sau nu vor să ştie cine sunt oamenii cu care se întâlnesc pe stradă. Oraşul este, cum ne învăţa sociologul german Simmel acum mai bine de o sută de ani, un spaţiu unde relaţiile sociale sunt caracterizate de individualism, neîncredere şi diversitate. Hărţile mentale urbane ne ajută să navigăm aceste spaţii ale mefienţei, cu ele aşezăm cartiere, clădiri, străzi, oameni „în locul care li se cuvine" şi ne oferă un cocon de securitate psihologică.

Hărţile mentale sunt construite cu ajutorul unor judecăţi propoziţional-evaluative. Spre deosebire de gîndirea carteziană, folosită pentru organizarea hărţilor obişnuite, ce defineşte locurile cantitativ, cu ajutorul sistemelor de coordonate, distanţelor şi unghiurilor de azimut, logica hărţilor mentale este una de tip practic, evaluativ şi relaţional. „*Mall*-ul cel nou e dincolo de depozitele alea vechi de la periferie," „cartierul de blocuri începe după chioşcurile alea urâte de la spitalul de urgenţă." Această logică are nevoie întotdeauna de un referent şi de un atribut plus de relaţia celui care imaginează lumea cu acestea. De aceea, hărţile mentale sunt întodeauna împarţite în elemente individualizate, refuzând continuitatea specifică spaţiilor cartografice clasice. Hărţile mentale nu sunt compuse din câmpuri continue, ci din aglomerări de obiecte discontinue. Aceste obiecte sunt identificate

[25] Sursa originală: Matei, S. A. (2006). Cartografia mentala indica stereotipiile urbane. In Romanian. Revista Română de Administraţie Publică Locală. 25, 8-9.

[26] Materiale de consultat:

Situl http://www.mentalmaps.info – Prezintă metodoligia creeri hărţilor mentale şi modele tridimensionale ale fricii în Los Angeles.

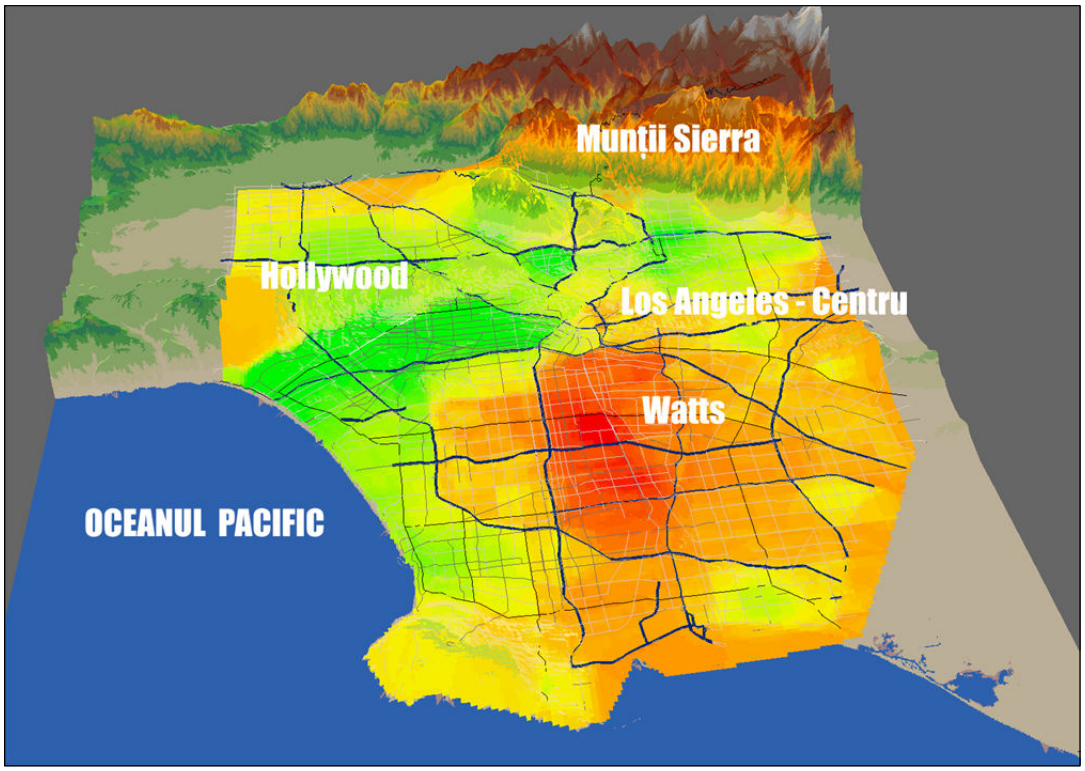
Matei, S. A., & Ball-Rokeach, S. J. (2005). Watts, the 1965 Los Angeles riots and the communicative construction of the "fear epicenter" of Los Angeles. Communication Monographs, 72(3), 301–323. https://www.academia.edu/2483034/Watts_the_1965_Los_Angeles_Riots_and_the_Communicative_Construction_of_the_Fear_Epicenter_of_Los_Angeles_A_previous_version_of_this_paper_was_presented_at_the_

Matei, S. A., Ball-Rokeach, S., & Ungurean, S. (2007). Communication channels, spatial stereotyping, and urban conflict: A cross-scale and spatio-temporal perspective. Journal of Dispute Resolution, 195. http://heinonline.org/HOL/LandingPage?handle=hein.journals/jdisres2007&div=15&id=&page=

Lynch, K. (1960). The image of the city. Cambridge, MA: MIT Press.

prin caracteristici (atribute), relaţiile dintre ele şi relevanţa lor pentru subiectul cunăscător. Cercetătorul american Kevin Lynch, iniţiatorul acum mai bine de 50 de ani al acestui tip de cercetare, spunea că hărţile mentale se compun din cinci tipuri de obiecte, derivate din modul în care spaţiul este perceput în mod viu în viaţa de zi cu zi: căi de access („paths"), vecinătăţi („districts"), margini („edges"), intersecţii („nodes") şi puncte proemiente sau de interes („landmarks"). Aceste elemente sunt folosite nu numai în chip descriptiv, ci şi evaluativ. Pentru fiecare obiect folosim propoziţii ce conclud cu calificative: „bun," „frumos," „departe," „curat," „ţigănie."

Cum pot cercetătorii sau adminstraţia locală folosi hărţile mentale pentru întelegerea şi studierea oraşelor pe care le locuim? O modalitate este, aşa cum am propus într-un număr de articole despre Los Angeles sau Braşov, de a captura hărţile mentale şi de a le compara cu cele reale. Hărţile sunt colorate de subiecţi în funcţie de sentimentele lor faţă de diferitele cartiere, care sunt desemnate ca „temute" sau „comfortabile." Ele pot fi combinate cu ajutorul computerului şi comparate cu hărţile fizico-sociale, cum ar fi cele ale răspândirii infracţiunilor sau prezenței grupurilor etnice. Scopul cercetării este de a indica dacă zonele cu cele mai multe crime se suprapun peste zonele considerate conform hărţilor mentale a fi cele mai „periculoase."

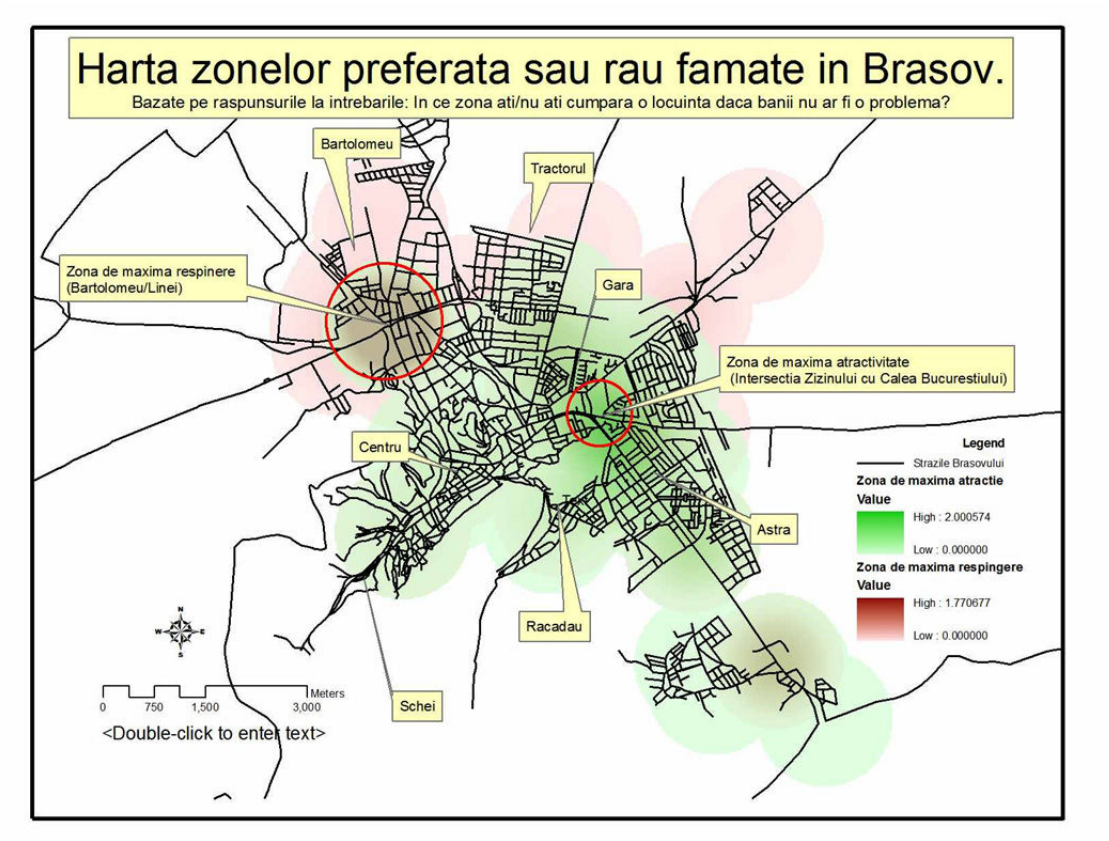


Los Angelesul fricii văzut de 215 dintre locuitorii săi. Subiecţii au colorat hărţi alb-negre ale oraşului, indicând cu roşu zonele de care se tem şi cu verde zonele unde se simt în siguranţă. Harta de faţă, rezultată prin combinarea celor 215 imagini cu ajutorul programului ArcGIS, indică faptul că regiunea cea mai temută e Watts iar cea mai protejată este Hollywood. Liniile indică străzile. Zonele cu criminalitate maximă sunt între Watts şi Hollywood, zone considerate ‚bune'.

Studiul din Los Angeles indică faptul că zonele cele mai temute sunt legate nu de nivelul omuciderilor sau violurilor, ci de amintirea unei răzmeriţe urbane de acum 40 de ani, datorată tensiunilor rasiale. Frica de acest cartier (Watts) e încă mare, deşi cartierul demult nu mai este în fruntea listei infracţiunilor, şi nici populaţia sa nu mai este dominată de etnia considerată în mod tradiţional „primejdioasă" (negrii).

Cercetarea a mai arătat că această zonă are un clar deficit de investiţie subiectivă, fiind prea temută faţă de realitatea de pe teren, în timp ce alte zone, considerate ca „sigure," sunt de fapt mult mai nesigure decât se bănuia (zona dintre Hollywood şi Watts).

Harta zonelor famate sau de mare atractivitate



Braşovul rău famat. Bartolomeu este renumit ca a fi ‚ţigănesc', deşi zona are puţini romi. Respingerea este bazată pe sterotipie.

Acest tip de cercetare poate ajuta şi în România la identificarea zonelor urbane care sunt stigmatizate în imaginaţia publică, deşi nu sunt atât de rele pe cât le este reputaţia. Împreună cu colgeul Ştefan Ungurean, de la facultatea de sociologie din Braşov, studiem cartierele din Braşov ca să aflăm care, în imaginaţia localnicilor, sunt zonele cele mai stigmatizate şi de ce. Studiul nostru a descoperit că rezidenţii Braşovului evită cel mai mult cartierele renumite ca a fi ocupate de ‚ţigani.' Acestea, însă, sunt de multe ori cartiere mărginaşe, care nu au necesar şi o prevalenţă mare de locuitori rromi.

Spaţiile urbane din România au nevoie de mai multă înţelegere, stereotipurile fiind un atribut nu numai al discursului interetnic, ci şi al celui despre variate zone urbane.

Culegerea şi prelucrarea datelor

După cum am mai amintit, în zilele noastre, chiar şi bazele metodologice ale cartografiei mentale se află doar în faza de elaborare, iar acest lucru are mai multe cauze. Pe de-o parte, caracterul interdisciplinar face posibilă experimentarea metodologică; asta însemnând, că nu există un cadru teoretic unitar la care eventual metodologia s-ar putea conforma. Pe de altă parte, datorită schimbărilor majore şi frecvente ale teoriei (de exemplu viziune *constructivistă* în loc de una *statică*) metodologia în devenire nu poate să se bazeze pe rezultatele precedente.

În cele din urmă, trebuie luat în considerare şi faptul că folosirea calculatoarelor în cazul prelucrării datelor cu caracter cartografic – care au cauzat o eroziune metodologică rapidă şi în cazul altor domenii ştiinţifice – a apărut relativ târziu. Hărţile şi informaţiile care se referă la spaţiu sunt cu precădere informaţii cu caracter de imagine, iar manipularea unui număr mare de imagini este posibilă doar cu ajutorul celor mai performante calculatoare.

Majoritatea cercetărilor aplicate în curs – pe baza teoriilor cognitive anterioare – presupun că harta mentală este un lucru existent, care se găseşte în minţi şi sarcina cercetătorului este să le dezvăluie, să le cartografieze pe acestea. Nu este, însă, decis dacă culegerea şi preluarea datelor trebuie să fie calitativă sau cantitativă, respectiv cum trebuie prelucrate datele care se referă la spaţiu şi cum le îmbinăm pe acestea cu datele care nu se referă la teren. În cele ce urmează grupăm cercetările aplicate în curs din punctul de vedere al *culegerii de date,* indicând că tehnica de cercetare defineşte şi metodele de prelucrare şi de interpretare a datelor. Gruparea – din raţiuni de redactare – simplifică în mare măsură şi nu pomeneşte de eventuale alte metode şi tehnici nici măcar fugitiv. Pentru familiarizarea cu aceste metode şi tehnici recomandăm unele manuale şi culegeri prezentate în partea teoretică, respectiv, fiind vorba de o metodologie care se dezvoltă rapid, recomandăm şi nişte adrese de Internet.

Cele mai frecvente tipuri ale tehnicilor de cercetare folosite la redactarea unei hărţi mentale sunt:

- culegerea datelor pur cantitative
- culegerea şi prelucrarea datelor pur calitative, - fără să fie pretinsă execuţia unor schiţe ale participanţilor,
- culegerea datelor care se bazează pe cartografiere liberă făcută de participanţi,
- cartografiere care tinde spre standardizare;
- culegerea datelor care pornesc de la hărţi gata făcute.

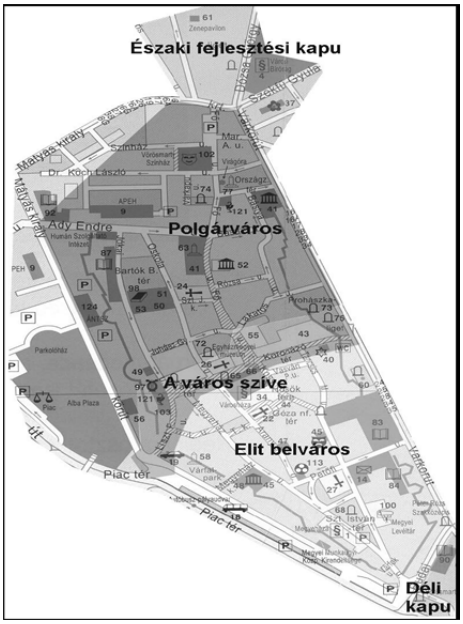
Dispersia datelor cantitative pe criteriul locurilor geografice nu este o problemă cu caracter de hartă mentală – în legătură cu această temă vezi *scrierea în ramă*. Culegerea datelor pur cantitative, cu caracter de opinie publică, nu are menirea să descopere datele „moi", cum ar fi elementele hărţii mentale sau procesele cu construcţie cognitivă. Chestionarele sunt bune, în primul rând, pentru măsurarea *gradului de cunoaştere* al elementelor considerate obiective ale unui spaţiu, sau pentru reprezentarea modului în care se raportează intervievaţii la unele lucruri pe o scală ordinală.

Unele sunt, iar altele nu sunt hărţi mentale

„Perimetre caracteristice" arhitectonico-istorice ale oraşului, respectiv reprezentarea cartografică a dispersiei spaţiale a datelor analitice

Pe parcursul planificării unei aşezări, proiectantul – sarcina căruia este planificarea funcţiilor unui teren pe termen lung – cu prilejul cutreierării terenului încearcă să depisteze „perimetrele caracteristice" ale zonelor unor aşezări pe baza diferitelor criterii, ca de exemplu substanţa construcţiilor, stilul clădirilor, sau situaţia materială a celor care locuiesc în zonă. Aceste evaluări pot fi utile uneori – însă nu pot fi numite hărţi mentale; investigaţia doar atunci ar fi cartografiere mentală, dacă cercetarea nu ar porni de la date considerate obiective, ca de exemplu imaginea exterioară a clădirilor sau datele mai importante referitoare la populaţie, ci s-ar baza pe percepţia subiectivă a spaţiului din punctul de vedere al localnicilor. Imaginea, care se bazează pe impresiile acumulate pe parcursul cutreierării terenului, poate fi considerată mai mult harta mentală a proiectantului care nu se aseamănă în mod necesar cu harta mentală a localnicilor. Spre exemplificare prezentăm o hartă din lucrarea TeTT (Societatea Consult de Planificare a Aşezărilor şi a Întinderilor) făcută pentru consiliul local al oraşului Székesfehérvár.

„Perimetrele caracteristice" ale Centrului oraşului Székesfehérvár, 2002 (Străbatarea terenului, pe baza consultaţiilor făcute cu proiectanţi-arhitecţi, cu experţii monumentelor şi cu istoriograf local)



O abordare diferită de cea de dinainte, însă nici aceasta nu este o abordare de hartă mentală, este când – cu scopuri diferite – se analizează şi se reprezintă pe un fond spaţial preţuri imobiliare, relaţii demografice sau care se referă la venit. Este o neînţelegere care apare de multe ori, însă, nici hărţile care reprezintă împărţirea spaţială a opiniei publice nu sunt hărţi mentale.

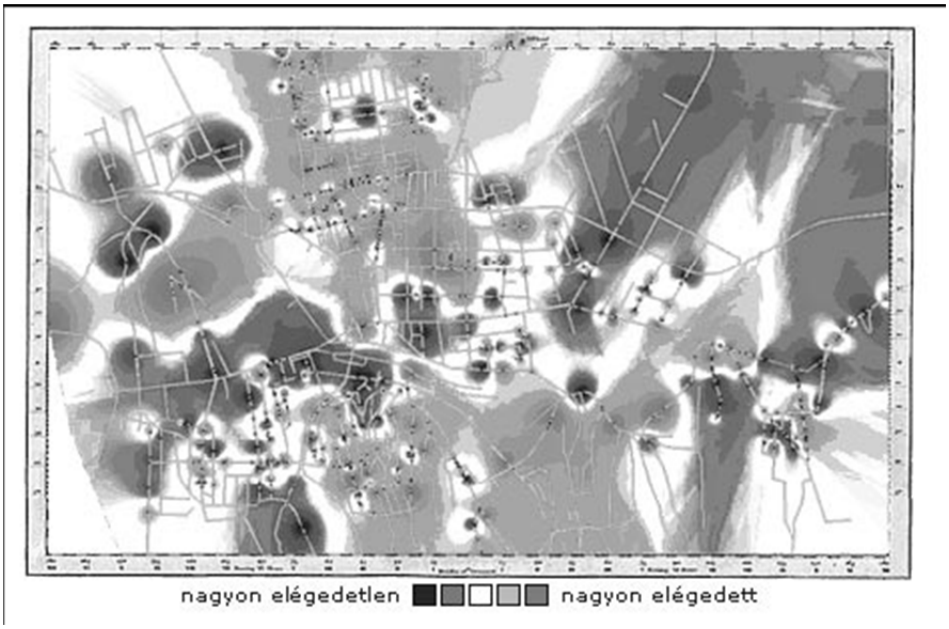
Pe parcursul reprezentării rezultatelor grafice, datele statistice pot fi legate de datele care se referă la hartă în mai multe feluri, de exemplu putem să desenăm diagrame coloane în anumite unităţi spaţiale, sau putem să reprezentăm asemănător liniilor de nivel valoarea mai ridicată sau mai scăzută a variabilelor. Pentru manipularea divizării spaţiale a datelor au fost făcute fişe de date specifice, cel mai cunoscut este probabil, *MapInfo*.

De exemplu, Instituţia Gallup Ungară în 2001 în cadrul proiectului Városi Információs Rendszerek™ (Sistemele de Informaţii ale Oraşelor) – printre altele – a cercetat nivelul de siguranţă publică a locuitorilor oraşului Kaposvár, pe baza culegerii datelor reprezentative cu chestionar. (sursă: http://varos.gallup.hu)

Cât sunteţi de mulţumiţi de siguranţa publică a oraşului? (scală de 5 trepte)

Rezultatele au fost reprezentate pe hartă pe baza reşedinţei respondentului, asemănător liniilor de nivel. Această cercetare nu este o hartă mentală datorită faptului că nu a cercetat conţinuturile conştiinţei care se referă la spaţiu, ci a analizat şi a reprezentat divizarea spaţială a părerilor considerând spaţiul obiectiv dat (adică nu informaţii cu caracter spaţial). Informaţiile sunt bineînţeles, importante pentru localnici şi modul interpretării este adecvat.

Harta cu gradul de mulţumire privind siguranţa publică a oraşului Kaposvár



foarte nemulţumit ***foarte mulţumit***

Harta – conform explicaţiei de pe pagina de Internet – reprezintă răspunsurile în formă *geocodificată*, adică harta a fost colorată pe baza mediilor aritmetice ale răspunsurilor individuale interpolate în spaţiu. Rezultatele sunt relative, adică reprezintă satisfacţia în comparaţie cu media dimensiunilor de siguranţa publică. Pe imagine culoarea roşie este cea mai puternică, corespunzând unui procent de 10%, adică prezintă spaţiile considerate cele mai sigure, culoare maro-verzui reprezintă procentul de 10% de nesiguranţă, iar galbenul reprezintă terenurile care dau un sentiment de siguranţă publică apropiată mediei generale.

În consecinţă, reprezentarea divizării spaţiale a unor date statistice sau a unor cercetări de opinia publică, nu reprezintă o hartă mentală. Însă, în cazul în care cercetarea se referă la aprecierea diferitelor spaţii mentale, acesta poate fi considerată o hartă mentală şi în cazul în care nu reprezentăm rezultatele în forma unei hărţi, sau cercetarea nu reprezintă graniţele, traseele spaţiilor mentale. Hărţile care oglindesc divizarea datelor de opinia publică sunt numite de altfel în geografie *geografie a părerilor*. Cercetarea dată ca exemplu ar fi avut un caracter de geografie a părerilor în cazul în care respondenţii ar fi fost întrebaţi despre siguranţa publică a unor zone a oraşului şi totalizarea ar fi fost făcută pe baza valorilor care se referă la unele zone ale oraşului.

Alţi cercetători practică metoda de culegere şi prelucrare a datelor pur calitativă. Studiul antropologic al lui Zoltán Bíró(1991) schiţează harta mentală a aşezării Corund pe baza comentariilor superficiale ale unei singure familii. Cercetătorul a interpretat rezultatul experienţei acumulate pe parcursul observaţiei participative fără nici o altă prelucrare de date, încercând să păstreze fidel interpretarea locală.

Un model caracteristic al tehnicilor de cercetare calitativă este *cartografierea făcută de către participanţi*, fiind şi prima tehnică originală de culegere a datelor în cadrul redactării unei hărţi mentale. Conform celei mai generale proceduri, îl rugăm pe subiectul interviului să dese-

neze pe o foaie albă harta mentală a unui spaţiu pe care l-am ales, spaţiul putând fi o aşezare, o zonă, sau o parte a unei aşezări umane. Această tehnică a fost utilizată de Stanley Milgram în cadrul cercetărilor lui din Paris (vezi *scrierea în ramă*) De multe ori, această tehnică este completată de alte tehnici de cercetare, interviuri, chestionare - la fel ca în exemplele de mai sus. (Despre cartografierea unei hărţi şi despre aplicarea celorlalte tehnici de cercetare vom vorbi şi în punctele 2 şi 3 ale *Abc-ului metodologic*).

Dezavantajul cartografierii *bazată pe evocarea liberă,* făcută de participanţi pe o coală albă de hârtie, este faptul că rezultatele diferă în mare măsură unul de celălalt şi astfel este foarte dificilă interpretarea lor în mod cantitativ. În 2003, în cadrul muncii pe teren din Bonchida[27], am dorit, de exemplu, ca participanţii să schiţeze harta aşezării, însă cursanţii au descoperit cu uimire, că în timp ce unii au desenat şi satele şi casele cu acareturi la câmp din împrejurimi, alţii au prezentat doar partea lor de sat, mai mult decât atât, au existat şi oameni care au schiţat doar propriul lor cămin cu animale cu tot. În realitate, este perfect normal să existe diferite puncte de vedere, din această cauză pentru interpretarea, prelucrarea acestora este nevoie de prezenţa cercetătorului. Pe de altă parte prezenţa obligatorie a cercetătorului este şi un impediment în prelucrarea datelor; de exemplu, cele 218 hărţi pretinse din partea respondenţilor de Milgram sunt probabil la limita cantităţii de informaţie pe care un om, încă, poate să o ţină minte.

Pentru prelucrarea datelor mai multor hărţi, hărţile trebuie să asemene într-o măsură mai mare, din această cauză pe parcursul culegerii datelor (cartografierii) unele elemente trebuie executate de respondenţi într-un mod standard. Există, şi în zilele noastre, nenumărate experimente metodologice în acest domeniu, însă nu putem să le prezentăm pe toate, prezentăm doar nişte direcţii caracteristice. O primă soluţie este să specificăm oral - ca o instrucţiune - ce dorim să vedem pe desen, (de exemplu harta *aşezării*) şi viziunile care se abat de la acestea să nu le luăm în considerare (de exemplu pe cele care prezintă satele şi casele cu acareturi la câmp). O altă soluţie posibilă este să îngustăm criteriile de schiţare, putem să îi rugăm pe participanţi să schiţeze o hartă, de exemplu, pentru reprezentarea punctelor de orientare şi a traseelor. O a treia modalitate este ca operaţiunea de cartografiere a participanţilor să nu înceapă cu o coală albă de hârtie, ci să existe în prealabil pe foaie anumite elemente ale hărţii (graniţele spaţiului respectiv, puncte de orientare, contururi, trasee etc.) şi cel care desenează harta să ia în considerare aceste lucruri când face schiţa. În aceste cazuri instrucţiunile nu mai sunt necesare, deoarece respondentul trebuie să ia în considerare graniţele şi traseele gata reprezentate pe hartă. De exemplu, în cercetarea lui Péter Bajmócy şi János Kiss[28] participanţii au fost rugaţi să marcheze pe o hartă a contururilor Ungariei cât mai multe aşezări într-un timp dat. Pe parcursul prelucrării datelor cercetătorii au tras concluziile pe baza numărului de aşezări marcate şi pe baza exactităţii marcajelor.

Scopul metodei „ţintă" a lui Lisa Brinkmann şi Ábel Garamhegyi[29](1994) este păstrarea caracterului de evocare liberă şi crearea standarditătii. Intervievaţii primesc o hârtie albă, care

---

[27] 2004: Primul referat de cercetare despre cercetarea satului Bonchida, WEB (13: 25-33.). Jurnalul Colegiului de specialitate Max Weber din Cluj Napoca. Cercetarea continuă în colaborarea Facultăţii de Stiinţe Economice din Szeged şi din Budapesta şi a Facultăţii Babeş-Bolyai din Cluj. Rezultatele pot fi accesate pe pagina de Internet a Centrului Antropologiei Ştiinţelor Economice: www.unicorvinus.hu/antropologia/bonchida.

[28] Bajmócy Péter şi Kiss János 1996: Egyetemi hallgatók mentális térképei Magyarországról. (Harta mentală a studenţilor despre Ungaria) *Tér és Társadalom (Spaţiu şi societate)*, 1996/2.

[29] Brinkmann, Lisa şi Garamhegyi Ábel 1994: How close, how far? Distance perception report. Groningen: GIRUGTEN. (O cercetare aplicată a lui Ábel Garamhegyi, care a fost făcută pe baza aceleiaşi metode poate fi citită în culegerea lui László Letenyei)

are în mijloc un punct. Punctul este un obiect cunoscut; în cercetarea lui Ábel Garamhegyi, Enéh Kádár şi Zoltán Sümegi, acest punct a reprezentat oraşul Szeged. După acesta respondenţii trebuie să marcheze alte aşezări pe foaie, fiind atenţi la direcţia şi distanţa geografică. Pe parcursul prelucrării datelor, cu ajutorul unui calculator, sunt totalizate vectorial abaterile de la distanţa reală, astfel poate fi schiţată acea hartă mentală colectivă a respondenţilor care oglindeşte distorsiunea evaluată a distanţelor.

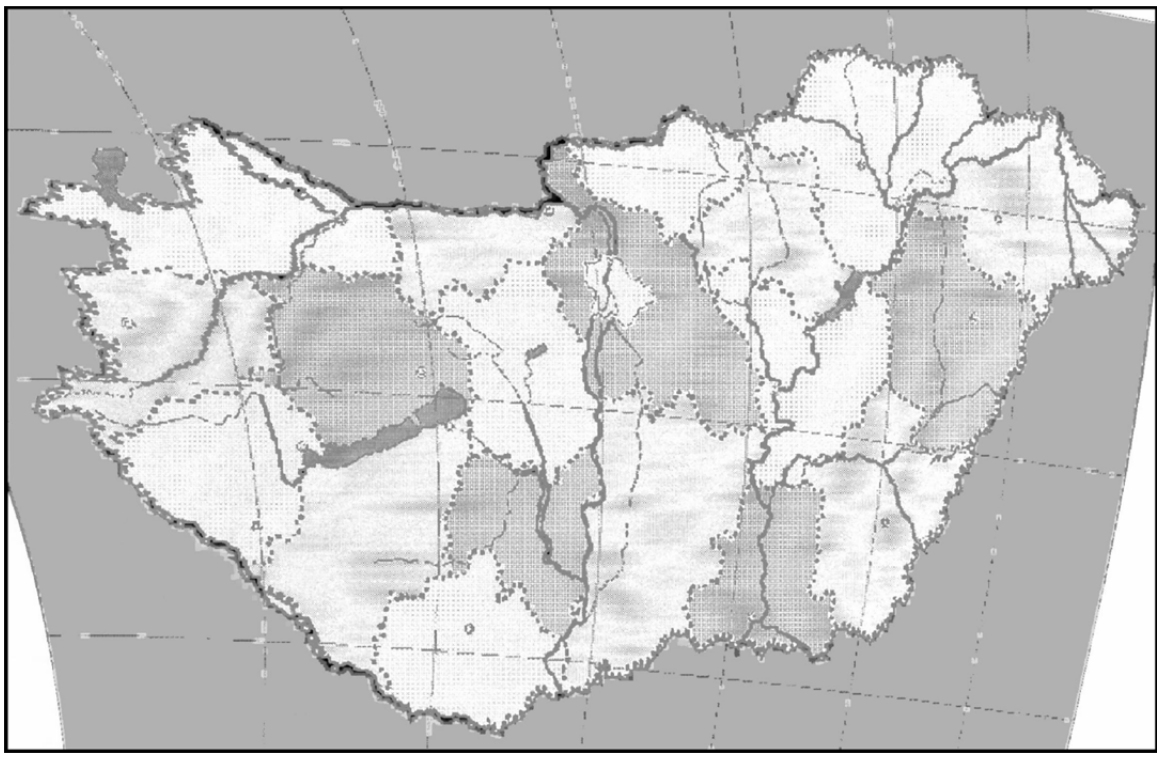


Fig. 6.3. ***Harta mentală despre Ungaria a studenţilor care locuiesc în câmpii. Cercetarea lui Ábel Garamhegyi, Enéh Kádár şi Zoltán Sümegi (manuscris)***

Hărţi mentale pot fi redactate şi dacă pornim de la *hărţi gata făcute* sau de la *fotografii.* Procedura prin care participanţilor li se cere redesenarea unor copii de hărţi este de o vârstă cu tehnica cu caracter *free recall*, care presupune desenarea unei hărţi de participant pe o hârtie goală. Abordările care pornesc de la imagini aeriene sau hărţi sunt recomandate mai ales în cazul în care nu ne interesează, în primul rând, spaţiile mentale, ci asociaţiile care se referă la acestea, sau dacă dorim să definim graniţele unui spaţiu mental, sau dacă dorim să aflăm câte ceva despre ,,necunoscutele" cercetării cu caracter mai liber.

Evaluarea reacţiilor şi/sau a asociaţiilor stârnite de diferitele imagini, mai ales de poze, a fost cunoscută timpuriu de cercetători; această tehnică a fost folosită – după cum am mai amintit acest lucru în *scrierea în ramă* – şi de către Milgram pentru evaluarea măsurii în care sunt cunoscute unele zone ale Parisului. Asociaţiile provocate de fotografii creează o oportunitate pentru dezvăluirea şi analizarea proceselor de conştiinţă în interpretare constructivistă (de exemplu a celor care se bazează pe colaje cognitive).

Pe parcursul unei cercetări trebuie parcurse o sumedenie de întrebări cu caracter metodologic; dintre acestea prezentăm doar câteva, sumar.

Nu există o reţetă generală care să dea un răspuns la întrebarea dacă cercetarea calitativă sau cantitativă este mai corespunzătoare scopului. Pe parcursul cercetării unei aşezări, în cadrul cercetării hărţilor mentale este indicat să pornim de la faptul că nu cunoaştem reali-

tatea, nu ştim care sunt hărţile mentale valide local. Stabilirea categoriilor de hartă mentală este, fără îndoială o parte calitativă a sarcinii, metoda caracteristică este interviul nestructurat şi schiţarea unei hărţi făcută de reprezentanţi pe baza asociaţiilor libere. Mai târziu, când căutăm răspunsuri la întrebări concrete, ca de exemplu cât sunt de cunoscute unele puncte de orientare, sau denumirile unor spaţii mentale, acesta este prin excelenţă o muncă cantitativă.
Datorită caracterului de dezvăluire al acesteia, metoda prin care se cere schiţarea de către participant a unei hărţi mentale poate fi folosită, în primul rând, în faza de început a cercetării. Cunoştinţele procurate despre teren vor putea fi folosite în celelalte faze ale cercetării şi pot fi importanţi factori de explicaţie în cercetarea altor probleme.

Culegerea elementelor unei hărţi mentale este recomandată la începutul cercetării, deoarece este vorba despre o tehnică de interviu *relativ uşor de realizat*. Oamenii sunt, de obicei, mândri de faptul că sunt buni cunoscători ai locurilor, răspund cu plăcere la întrebările care se referă la mediul lor înconjurător. Situaţia de interviu nu necesită nici o explicaţie: cercetătorul interpretează credibil rolul de străin, deoarece este într-adevăr străin.

De multe ori, redactarea şi analiza într-o bază de date a informaţiilor care se referă la spaţiu, în primul rând rezultatele parvenite de pe urma execuţiei de hărţi de către reprezentanţi, este o problemă. În acest domeniu nu putem să vorbim despre o practică utilizată în general, ci doar despre nişte experimente, chiar dacă datele vectoriale pot fi prelucrate cu programe statistice şi cu ajutorul instrumentelor de cartografiere. Datorită greutăţilor acestei metode, în practică, datele cu caracter vizual sau hărţile sunt recoltate, de obicei, în mod calitativ şi prelucrate în minte, iar celelalte date sunt prelucrate cu cercetarea cantitativă - folosindu-se fişiere de date „tradiţionale".

În cele din urmă trebuie să cugetăm asupra faptului cum vom publica rezultatele. Deşi există fişiere de date pentru reprezentarea analitică a datelor unei hărţi, totuşi acestea sunt încă rigide pentru redactarea hărţilor, cel puţin în relaţie cu ce ar fi necesar pentru prelucrarea datelor unei hărţi mentale. Dacă pe parcursul culegerii şi prelucrării datelor, faza de cercetare calitativă şi cantitativă a fost despărţită atunci ele se vor despărţi şi pe parcursul interpretării; în practică hărţile mentale oglindesc, în primul rând, harta mentală a cercetătorului, care evoluează pe parcursul fazei de cercetare calitativă, datele fazei cantitative sunt publicate în forma diagramelor şi a tabelelor.

Probleme de etică

Pe parcursul cercetării unei hărţi mentale, cercetătorul intră în posesia unor informaţii *confidenţiale*. La interpretarea rezultatelor păstrarea confidenţialităţii şi problemele de etică legate de acest lucru au un rol mai important, decât exigenţa ca rezultatele să fie uşor de interpretat. Principiul de bază este că pot fi publicate doar informaţiile pe care şi respondenţii le-ar face publice.

Poate părea o problemă de metodologie, însă răspunsul la întrebarea referitoare despre ce anume să culegem date se poate da de pe baze etice: despre *propriul* spaţiu mental al respondentului, sau despre *oricare altul*, eventual despre *toate* spaţiile mentale. Dacă dorim, de exemplu, să dezbatem fenomenul segregării pe baza hărţii mentale locale, atunci poate fi util ca în cadrul unui interviu să punem întrebarea ce părere au respondenţii despre situaţia veniturilor rezidenţilor dintr-o anumită zonă. Întrebările pot să se refere doar la un spaţiu mental concret, în acest caz rezultatele arată ce părere au locuitorii celorlalte zone despre terenul respectiv. A treia abordare este să-i întrebăm pe locuitorii unei zone despre părerea

formată despre ei înşişi. Nu este necesar argumentarea faptului că toate cele trei abordări ar avea sens. Din punct de vedere etic este, însă, inadmisibil să prezentăm o imagine despre oameni, pe care ei înşişi nu şi-o asumă.

Aprecierea din exterior este diferită, de obicei, de aprecierea interioară, şi din perspectiva localnicilor doar aprecierea interioară este validă, acceptabilă; din această cauză la interpretarea conţinuturilor conştiinţei cognitive care se referă la o zonă a oraşului, putem lua în considerare doar răspunsurile date de locuitorii acelei zone. Pe parcursul cercetării putem să punem întrebări care se referă, bineînţeles, şi la alte zone şi răspunsurile pot fi importante pentru cercetător, dar trebuie *să ne abţinem* de la *publicarea aprecierilor „exterioare"*. În practică, de altfel, de obicei nu ne rămâne timp şi nici energie ca să punem întrebările care se referă la toate spaţiile mentale, din această cauză este uşor să respectăm principiul conform căruia intervievaţii sunt întrebaţi în primul rând despre zona în care locuiesc.

O altă problemă importantă se referă la manipularea confidenţială a datelor adunate. Bineînţeles, acesta este un lucru important în cazul tuturor tehnicilor de cercetare, însă în cazul aplicării acestei metode (pretinderea executării unei hărţi mentale) se necesită şi mai mare precauţie. Toată lumea a văzut, deja, o schiţă a unei hărţi făcute cu mâna, însă cine nu poate să îşi reamintească o asemenea hartă, să caute *scrierea în ramă* din acest capitol, care prezintă harta psihologică a Parisului. Văzând harta făcută de mezelarul de 33 de ani nu trebuie să mai explicăm de ce mâzgăliturile pline cu elemente subiective şi cu „greşeli cu coarne" ca, de exemplu, greşeala de amplasare eronată a râului, pot părea lucruri comice pentru un om din exterior, chiar ridicole. Dacă un astfel de desen ajunge din nou în mediul natural al respondentului, atunci atât cei care îl cunosc cât şi cei care nu îl cunosc se vor amuza pe seama lui – ceea ce este o greşeală de neiertat pe de-o parte, pe de altă parte se degradează relaţia de încredere şi astfel continuarea cercetării este imposibilă. Cercetătorul, bine înţeles, nu este interesat de ridicolul hărţii, el „vede" doar informaţiile care pot fi desluşite din aceasta. Cine se ocupă cu hărţi mentale ştie că nu există „greşeli cu coarne", mai mult de atât, nu există nici un fel de greşeli, există doar diferite percepţii ale spaţiului, iar toate percepţiile sunt „corecte", indiferent de cât sunt de asemănătoare cu datele măsurabile în mod obiectiv al unei hărţi. Localnicii, însă, nu neapărat ştiu acest lucru, din această cauză trebuie să fim atenţi ca aceste desene să nu ajungă înapoi la locul cercetării. Din această cauză este inadmisibil prezentarea unor desene originale ca ilustraţii într-un studiu sau o publicaţie – cum a făcut-o Milgram – deoarece trăim într-o lume mică, unde datele publicate ajung la respondenţi chiar şi în cazul în care am fi uitat să le înmânăm personal.

Redactarea unei hărţi mentale pe parcursul cercetării aplicate a unei aşezări umane

Cu ocazia redactării unui plan de sistematizare se înviorează viaţa în consiliul local unde, de altfel, decurge o muncă istovitoare. O temă de dezbatere va fi şi noua reglementare a aşezării, respectiv, cum este ea în acest moment. Este un domeniu la care „toată lumea se pricepe" - fiind vorba de propriul mediu locativ, firește, toată lumea are o părere bine formată despre aşezarea în care trăieşte.

În cadrul planurilor şi a concepţiilor de dezvoltare ale consiliului local, judeţean sau regional este indicat ca şi studiu preliminar, să culegem şi să redactăm o hartă mentală, care însă poate fi utilizată şi pentru completarea cercetărilor demografice, a raporturilor şi a reportajelor economice. Categoriile hărţilor mentale, care se bazează pe cunoştinţele colective locale sau pe expresiile locale, oglindesc cu precizie raporturile locale şi din această cauză pot constitui bune puncte de plecare pentru cercetări ulterioare.

Deşi pentru redactarea planului de sistematizare al unei aşezări ar fi nevoie, în primul rând, să cunoaştem percepţia localnicilor despre propria lor aşezare, consiliile locale care comandă studiul nu obişnuiesc să redacteze o hartă mentală. Acesta are două cauze: una este faptul că consilierii au şi ei o imagine fermă despre aşezare şi din această cauză le este greu să perceapă, că alţi oameni văd lucrurile diferit. Cea de-a doua cauză este faptul că posibilităţile de aplicare ale acestei metode în practică este cunoscută, momentan, doar de puţini oameni.

Conform practicii consacrate, conducătorii consiliului local schiţează pentru proiectant situaţia aşezării, aşteptările care se referă la concepţii şi la planul de sistematizare, din experienţă individuală. Problema cu această practică este, că de fapt reglementarea planificată nu va oglindi harta mentală a majorităţii localnicilor, ci doar a unei elite din consiliul local.

Abc-ul redactării unei hărţi mentale

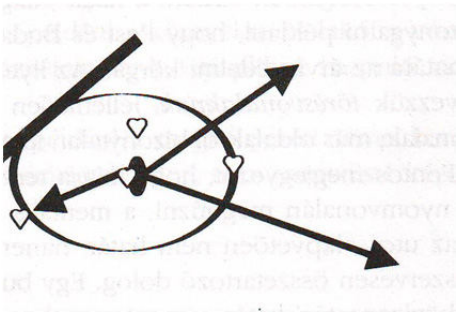
După cum ne-am mai referit la acest lucru, cercetările aplicate, de obicei, se bazează pe fundamente teoretice considerate consacrate şi nu pe teoriile cele mai noi. Ghidul de redactare al unei hărţi mentale l-am întocmit, în primul rând, pe baza cercetărilor lui Kevin Lynch (1960), Downs şi Stea (1977), respectiv bazându-mă pe propriile mele experienţe.

1. *Planificarea cercetării /culegerii de date/*

Indiferent ce fel de tehnică de cercetare vom folosi, pe parcursul dezvăluirii unei hărţi mentale, trebuie să ne concentrăm atenţia, în primul rând, asupra datelor ce urmează a fi adunate. Culegem date de două feluri: informaţii care se referă la *spaţiu*, respectiv *date analitice* care oglindesc părerea respondentului.

Datele care se *referă la spaţiu* după părerea lui Kevin Lynch (1960) pot fi de cinci feluri:

- denumirea şi extinderea spaţiilor mentale
- graniţe şi linii de refracţie
- puncte de orientare
- trasee
- puncte nodale



Datele care oglindesc opinia respondentului conform întrebărilor respectivelor cercetări pot fi diferite, în general sunt recoltate următoarele:

- gradul de cunoaştere al elementelor hărţii mentale;
- elementele de cunoştinţă care se referă la spaţii: păreri, stereotipii;
- date care se referă la respondent.

Deşi aceste expresii vorbesc de la sine, totuşi prezentăm în câteva cuvinte la ce anume se referă fiecare.

Denumirea spaţiilor mentale în unele aşezări reprezintă numele unor părţi ale aşezării. De obicei, putem să spunem că unitatea geografică care are un nume poate fi considerată spaţiu

mental, referindu-se la numele ei oamenii pot să se gândească şi să vorbească despre spaţiul respectiv. Dacă oamenii nu pot denumi un spaţiu aparent ieşit din comun dintr-un motiv oarecare (de exemplu datorită soluţiei arhitecturale), atunci acela nu este un spaţiu mental independent. Pentru dibuirea denumirilor unui spaţiu mental este nevoie de cunoştinţe preliminare. Trebuie să ştim cum gândesc localnicii. De exemplu, în cazul oraşelor să nu credem că este de la sine înţeles, că trebuie să ne interesăm de unele *părţi ale oraşului*; s-ar putea ca oamenii să gândească în *cartiere, zone* sau *sectoare* şi uneori folosesc mai multe categorii care conţin una pe alta. Strategiile de denumire a spaţiilor, de multe ori, nu coincid cu denumirea geografică „oficială" sau cu denumirea administrativă - un cartier poate avea ca nume un diminutiv, peiorativ, sau poate avea o poreclă, eventual poate avea un nume „băştinaş" sau „popular" cu care nu ne întâlnim pe hărţile aşezării. Vom primi răspunsuri valide la întrebările noastre dacă vom denumi spaţiile la fel cum sunt acestea denumite în mod obişnuit local (este indicat deci folosirea categoriilor *emice*).

Extinderea spaţiilor mentale este de regulă nesigură; respondenţii pot să denumească doar locurile caracteristice, punctele importante ale unei zone, sau ale unei părţi a oraşului, însă graniţele nu sunt foarte clare, se îmbină cu celălalt spaţiu mental, sau cu „golurile", petele albe, necunoscute respondenţilor.

În unele cazuri, însă, graniţa este exactă şi fără echivoc: graniţa dintre Pesta şi Buda este Dunărea, iar graniţa oraşului Szeged este barajul de protecţie împotriva inundaţiilor. Aceste graniţe clare şi fără echivoc sunt numite *linii de refracţie*. De obicei, un spaţiu mental este înconjurat de câteva linii de refracţie şi nişte graniţe nu tocmai sigure. Trebuie menţionat că, în timp ce proiectanţilor le place să plaseze aceste graniţe acolo unde sunt drumurile şi traseele principale, hărţile mentale fac exact invers: strada nu este o graniţă în general, ci este un spaţiu comunitar, părţile cărora se leagă. Luând un exemplu din Budapesta strada Király este o graniţă administrativă, însă este un singur spaţiu mental.

În unele spaţii mentale se găsesc diferite obiecte ale terenului *(landmarks*), care servesc pe parcursul folosirii terenului în viaţa de toate zilele ca puncte de reper, marcaje de direcţie. Punctele de orientare pot fi locuri semnificative şi din perspectiva unui individ din afara aşezării, însă nu neapărat; locul unde se strâng tinerii din Cluj este de exemplu „*la coada calului*", adică la statuia ecvestră a lui Matei Corvin, în Timişoara *la Maria*, sau *la Mall*, iar în Bucureşti *la Universitate*, piaţa Moszkva din Budapesta „*sub ceas*" deşi acest ceas nu este o mare capodoperă. Nu se întâmplă frecvent, dar există cazuri în care punctul de orientare care se referă la un spaţiu mental este în afara graniţei spaţiului mental: de exemplu turnul de recepţie care se află în afara oraşului Pécs, care poate fi văzut foarte bine din orice loc al oraşului, este un *punct de orientare,* un fel de simbol.

Importanţa cunoaşterii terenului se evidenţiază în modul cel mai elocvent în momentul în care dezvăluim *traseele* care pot fi cutreierate într-un spaţiu mental. De obicei, un străin foloseşte traseele *cele mai evidente* iar localnicii folosesc *cele mai scurte*, adică în cele din urmă umblă pe trasee diferite. Dacă un proiectant al aşezărilor se raportează la teren ca un străin, el va încerca să forţeze dezvoltarea traseelor principale, deoarece nu cunoaşte scurtăturile (*shortcut*). Traseele pot să difere pe criteriul diferitelor mijloace de transport: oamenii când circulă cu maşina, cu bicicleta sau pe jos, de multe ori nu circulă pe traseul mijloacelor de transport în comun. De obicei, diferitele modalităţi de circulaţie nu suportă bine apropierea una de cealaltă: biciclismul pe autostradă sau traseele pentru biciclişti şi pietoni sunt nişte rezolvări forţate care cauzează conflicte permanente între pietoni, biciclişti şi conducători auto.

Punctele nodale se găsesc în locurile unde diferitele trasee se intersectează. Explorarea acestora este mai anevoioasă decât a traseelor, deoarece oamenii, de multe ori, nu le folosesc

ca şi intersecţii, ci doar ca puncte prin care trec pe parcursul călătoriilor lor. Unele intersecţii – însă nu toate - pot avea o importanţă atât de mare pe hărţile mentale încât să primească nume independente, la fel ca pieţele oraşelor. O astfel de intersecţie este de exemplu în Budapesta, *Astoria*, în Bucureşti I*ntercontinental*, în Timişoara *Punctele Cardinale*.

Informaţiile care se referă la măsura în care sunt *cunoscute* unele denumiri ale spaţiilor mentale, ale punctelor de orientare, respectiv *celelalte elemente ale conştiinţei care se referă la teren* (de exemplu părerile care se referă la împrejurimi şi la locuitorii acestora, stereotipiile) pot fi culese şi prelucrate cu metode asemănătoare cercetării opiniei publice.

Datele *care se referă la respondent* (de exemplu sexul, vârsta, studiile respondentului) deşi sunt informaţii importante, nu sunt date cu caracter de hartă mentală.

2. *Serie de întrebări cu scopul culegerii de date*

Efectuând cercetare pe teren, elementele unei hărţi mentale pot fi culese într-un mod circumspect prin metoda *observaţiei participative*, acesta fiind însă un proces îndelungat este rar folosit pe parcursul unor cercetări aplicate. Metoda prin care se cere de la participanţi *desenarea unor hărţi*, respectiv *luarea de interviuri* în scopul cartografierii mentale este o metodă consacrată de la începuturile anilor 70. Chestionarele, însă, au început să fie folosite pe parcursul cercetării doar mai târziu. Cauza acestui lucru este faptul că – datorită rigidităţii – tehnica tradiţională de chestionar nu este capabilă să formuleze întrebări care ţintesc categoriile mai subtile ale spaţiilor mentale în relaţie cu specificul unui teren dat, şi rezultatele datelor strânse pot fi interpretate cu greutate, ori greşit. Cartografia mentală este prin excelenţă o temă în cazul căreia cercetarea este indicat să fie făcută cu „chestionarul flexibil" prezentat în capitolul anterior. Dorim să dăm o mână de ajutor, aici, la redactarea întrebărilor de chestionar. Întrebările pot fi interpretate ca o schemă a interviului structurat.

Datorită faptului că ne interesează cele cinci elemente prezentate la planificarea cercetării (denumirea, graniţele unei hărţi mentale, puncte de orientare, trasee şi puncte nodale), respectiv datele care se referă la măsura în care sunt cunoscute unele locuri importante din perspectiva cercetării, ghidul de interviu, sau schiţa de chestionar trebuie să conţină întrebări ai căror răspunsuri se referă la aceste lucruri. În cele ce urmează prezentăm un ghid de interviu recomandat; atragem atenţia cititorului că şi acest ghid de interviu cu caracter *flexibil* într-o oarecare măsură trebuie adaptat la teren în cazul oricărei cercetări.

Serie de întrebări /recomandare/ în vederea realizării unei hărţi mentale:

- *Numele spaţiului mental*: Dumneavoastră unde staţi? (Întrebare de ajutor: Cum se numeşte *cartierul* în care staţi Dumneavoastră?)
- *Linii de refracţie:* După părerea Dumneavoastră unde este graniţa, adică ce desparte ... de celelalte cartiere? (*în locul punctelor punem întotdeauna cartierul în care stă respondentul)*
- *Puncte de orientare:* După părerea Dumneavoastră care sunt punctele de orientare cele mai importante, clădirile signifiante, locurile specifice în ...?
- *Traseul principal:* Care sunt cele mai utilizate trasee în ..., pe unde umblaţi Dumneavoastră de obicei?
- *Puncte nodale:* Unde se află punctele nodale în ...?
- *Stereotipii:* După părerea Dumneavoastră cum sunt oamenii din ... ?
- Întrebare care se referă la oricare alt punct de vedere al cercetării: prestaţii, venituri, piaţa imobiliară etc.

O caracteristică specifică a spaţiilor mentale este că au un nume. Antropologii cognitivi ar spune că, o parte a spaţiului geografic (fizic) este o unitate cognitivă datorită faptului că îi dăm un nume şi viceversa; putem să ne gândim la o parte a spaţiului geografic doar dacă putem să ne exprimăm gândul în cuvinte, adică putem să denumim spaţiul. Locurile care nu au un nume nu s-au integrat în harta mentală. Din această cauză este important să începem fiecare cercetare cu strângerea cuvintelor şi expresiilor – şi în primul rând a denumirilor spaţiilor mentale - pe cât posibil într-un mod nedirijat..

Dacă avem noroc, la întrebarea „Dumneavoastră unde staţi" respondentul nu îşi va spune domiciliul exact, ci cartierul (zona, sectorul) care este valid din punctul său de vedere. Exact de această informaţie avem nevoie. De obicei, însă, respondentul încearcă să dea un răspuns „oficial", ca de exemplu numele unei unităţi administrative (sectorul XXIII) sau domiciliul exact (Strada Kossuth nr. 5). Acest răspuns poate fi important pentru noi înşine, şi putem să-l notăm pe fişa codurilor, însă pentru dezvăluirea spaţiului mental care este valid din perspectiva respondentului trebuie să punem o întrebare ajutătoare, ca de exemplu: „*Cum se numeşte partea oraşului în care staţi*?", sau „*În care parte a oraşului se află strada Kossuth*?" Chestionarul flexibil este flexibil doar până la un anumit punct: dacă decidem să folosim o întrebare de control atunci este indicat să rămânem consecvenţi; să se schimbe flexibil doar elementele care se referă, de exemplu, la numele străzii. Putem avea mai multe întrebări de ajutor (ca de exemplu în cazul de faţă, aşteptându-ne la faptul că respondentul îşi va spune domiciliul exact sau va spune un sector administrativ), dar să avem *doar* atâtea întrebări ajutătoare câte sunt neapărat necesare.

Gândirea în hărţi mentale al respondentului depinde, în mare măsură, de timpul petrecut în zonă, de când îşi are domiciliul acolo, dacă lucrează în aşezare sau nu, dacă copii umblă la şcoala locală, eventual dacă şi el a umblat la aceeaşi şcoală locală. S-ar putea ca respondentul să nu gândească într-un alt spaţiu mental decât propriul său cămin şi adresa acestuia. Din această cauză nu trebuie să forţăm răspunsul pe care îl dorim, dacă nu l-am primit nici după punerea unor întrebări ajutătoare.

În scopul altor cercetări nu putem să preluăm integral toată seria de întrebări; prima nici de cum. Întrebările trebuie remodelate pe limbajul localnicilor. Dacă efectuăm chestionarea într-un sat, întrebarea de ajutor nu poate să conţină expresia „zonă a oraşului". Nu poate să conţină nici expresia „zonă a unei aşezări" deoarece aceasta nu este folosită de nimeni, eventual de ceilalţi sociologi. Peste tot trebuie să folosim expresii pe care localnicii le folosesc: cartier, zonă, sector etc. Se poate întâmpla să nu existe o noţiune colectivă care să corespundă expresiei noastre de *zonă a aşezării*, au nume doar unele părţi ale aşezării. În asemenea situaţii trebuie formulate întrebări ajutătoare de altă natură – adecvate terenului.

În capitolul V ne-am referit la faptul că folosirea chestionarului flexibil nu înseamnă o „slăbire", o dizolvare metodologică. În cazul de faţă, de exemplu, aria datelor culese sunt informaţii „tari", este adevărat, că pot fi măsurate doar pe o scală nominală. Denumirile punctelor de orientare şi ale spaţiilor mentale etc. nu constituie o mulţime infinită. Deşi aparent punem o întrebare deschisă, stocarea datelor pe fişa codurilor este făcută asemănător întrebărilor închise: la un moment dat totalizăm elementele hărţii care apar pe parcursul cercetării, le dăm un cod şi în cele din urmă stocăm doar codurile. Dacă apare un element nou – probabilitatea acestuia este mică – este indicat să îl reprezentăm cu o literă; la capătul efectuării chestionarului şi acesta va primi un cod. Pe baza codurilor putem să realizăm o statistică, de exemplu, despre divizarea spaţială a participanţilor, despre cât sunt de cunoscute unele puncte de orientare din cadrul unui spaţiu mental etc.

Nu necesită prea multe explicaţii modul în care caracterul flexibil al chestionarului creşte validitatea. Este nevoie de chestionarul flexibil ca punerea întrebărilor să fie făcută folosind vocabularul respondentului, ca chestionarea să decurgă într-un mod familiar respondentului. O întrebare planificată dinainte, care standardizează noţiunea colectivă de *zonă a oraşului* (de exemplu: „Cum este nivelul de prestaţii în cartierul Dumneavoastră?") structurează, dirijează gândirea respondenţilor, îl obligă pe respondent să aibă o anumită concepţie despre o zonă a oraşului pe care s-ar putea ca el să nu o considere validă. Nu ştim dacă răspunsul s-a referit într-adevăr la cartier sau la o parte mai mică a acestuia, la zona în care stă acesta, eventual la tot oraşul, sau independent de graniţa cartierului la orice, ce i se pare valid. Putem să fim însă siguri că validitatea răspunsului este slabă, deoarece percepţia calităţii prestaţiilor, de obicei, nu se opreşte la graniţa cartierelor. O întrebare redactată într-un mod *depărtat de teren* şi într-un mod standard (adică neflexibil) are doar atâta valoare cât ar avea informaţia în cazul în care am întreba părerea individului despre nivelul prestaţiilor în general, fără conotaţii geografice, iar răspunsul l-am evalua pe baza divizării teritoriale. Trebuie să specificăm că exemplul (de altfel luat dintr-o cercetare reală) nostru de noţiune „prestaţie către populaţie" nu este nici aceasta o noţiune *apropiată de teren*, adică proiectanţii chestionarului sunt cei care ar putea să răspundă la această întrebare şi nu localnicii.

Pe parcursul redactării unei hărţi mentale mai există alte două avantaje ale chestionarului flexibil: pe de-o parte, ajută la păstrarea cursivităţii conversaţiei (ceea ce generează încredere), pe de altă parte, se poate autentifica întrebarea ajutătoare în urma căreia se obţine ca răspuns numele spaţiului mental. Pe parcursul prelucrării datelor poate fi evaluată informaţia care se referă la faptul că respondenţii la întrebarea ,,Dumneavoastră unde staţi?" au răspuns direct nominalizând spaţiul mental(cartierul), ori după punerea primei, sau a următoarei/lor/ întrebări ajutătoare; în cazul în care numele spaţiului mental local apare imediat după enunţul celei mai ,,deschise" întrebări este desigur un lucru foarte relevant, o categorie validă. În alte cazuri mai puţin, sau de loc.

În cazul întrebărilor care se referă la liniile de refracţie („După părerea Dumneavoastră unde este graniţa, adică ce anume desparte ... de cartierele învecinate?") este vorba, de asemenea, de întrebări flexibile; în locul punctelor de suspensie înlocuim întotdeauna numele spaţiului mental în care locuieşte respondentul, adică locul pe care l-a numit la întrebarea precedentă. Răspunsul dat la întrebarea care se referă la graniţa spaţiului potrivit concepţiei noastre va însemna linia de refracţie, mai precis graniţa care desparte în sens cognitiv, clar şi fără echivoc respectivul spaţiu mental de celelalte spaţii mentale. Respondenţii, însă, nu vor delimita spaţiul în toate direcţiile; în direcţia în care nu specifică graniţe, extinderea spaţiului mental este incertă. De exemplu, dacă întrebăm un mexican cu care ţări se învecinează Mexic, atunci el va răspunde, mai mult ca sigur, cu Statele Unite. Puţini sunt cei care îşi aduc aminte de faptul că Mexic are un vecin şi în sud, Guatemala. Acest lucru denotă faptul că permeabilitatea cognitivă este mult mai mare spre sud, iar diferenţele conştiinţei sunt mult mai mari spre nord. Un alt exemplu: după părerea multora, partea de oraş numită Belváros (Centru, Dawntown) din Budapesta ţine de la Dunăre până la Bulevardul Mic - acesta fiind direcţia vest-est - , însă de extinderea în direcţia nord –sud mulţi sunt nesiguri. Din acest lucru rezultă şi faptul că spaţiile mentale pot uneori să converge, alteori să se suprapună parţial.

Putem observa, de multe ori, că oamenii care locuiesc în aceeaşi zonă denumesc categorii diferite pentru zona lor de oraş: de exemplu zona Muzeului Naţional din Budapesta este considerată de unii Sectorul Opt, Iosefin (Józsefváros), pe când alţii consideră că aparţine de Centru, precizând că „*secoptu"* începe mai încolo. Nu trebuie să ne speriem de faptul că

uneori categoriile mental-spaţiale se suprapun; dimpotrivă! acesta este unul dintre rezultatele pe care dorim să le descoperim pe parcursul cartografierii mentale. Nu este nici o problemă dacă un element al hărţii „pică" de pe hartă, adică este în afara graniţelor aşezării.

Punctele de orientare conform percepţiei subiective asupra spaţiului pot fi de mai multe feluri. Efrájim Kishon dă un exemplu foarte bun pentru o ghidare „standard" într-o zonă a Tel Aviv-ului care se dezvoltă rapid: „Mergeţi, domnule, tot înainte, la prima stradă să nu cotiţi la stânga, nici la a doua stradă, doar la a treia… probabil. Acolo, la colţul străzii, veţi găsi un mecanic care îşi bate fiul, despre acest lucru îl veţi recunoaşte. După acesta ţineţi-o tot drept până ce ajungeţi la o groapă cu var, acolo să cotiţi la dreapta, şi mergeţi tot înainte până ce veţi da de nişte plopi. Aici veţi vedea o băltoacă mare, deoarece scurgerea s-a înfundat. La această băltoacă să o luaţi la stânga şi mergeţi pe lângă gardul de fier până ajungeţi la o mâţă moartă, acolo mai întrebaţi, căci de acolo este mai complicat să vă orientaţi"[30]. Este bine să /re/formulăm enumerarea din întrebarea dată ca exemplu („După părerea Dumneavoastră care sunt punctele de orientare cele mai importante, clădirile semnificative, locurile specifice în ...?") într-un fel în care să corespundă categoriilor care sunt valide local.

Pe parcursul culegerii de date privind *traseele şi punctele nodale,* nu este indicat să întrebăm respondentul pe unde crede el că circulă oamenii de regulă – această întrebare ar fi percepută ca un soi de examinare, aceasta putând provoca antipatie sau din contra, respondenţii s-ar putea să se identifice cu aceasta generând un fel de răspuns „oficial"; ci pe unde circulă el de obicei, eventual ambele întrebări deodată. („Care sunt cele mai utilizate trasee în ..., pe unde umblaţi Dumneavoastră de obicei?"). Pe parcursul analizării traseelor, punctele nodale pot fi definite ca puncte de intersecţie; însă trebuie să verificăm cu o întrebare nedirijată, dacă localnicii consideră şi ei că aceste locuri sunt puncte nodale. („Unde se află punctele nodale în ...?").

O informaţie care se referă la zonele unei aşezări, fără să aibă caracter spaţial, dar culegerea căreia este indicată pe parcursul unei cercetări este *„genius locii*" (spiritul local) adică *aprecierile*, stereotipiile, elementele subiective, legate de atmosferă, de sentimente care se referă la unele spaţii mentale şi la locuitorii acestora. Cu cât formulăm o întrebare mai simplă, cu atât mai bine. (de exemplu: „După părerea Dumneavoastră cum sunt oamenii din ... ?", „Cum este să staţi în ...?"). Să nu uităm de problema de etică: publicăm (chiar şi în forma acceptată de dânşii) doar informaţiile pe care şi reprezentanţii le-ar publica despre ei înşişi. Din această cauză la aprecierea unor spaţii mentale ne este permis să publicăm doar autoaprecierile, deşi pe parcursul culegerii şi analizării datelor putem lua în considerare şi aprecierile făcute din afară.

Conform criteriilor de cercetare mai putem să punem şi alte întrebări, de exemplu pentru evaluarea situaţiei prestaţiilor, venitului, pieţei imobiliare etc. care se referă la un spaţiu mental (sau mai multe, eventual la toate spaţiile mentale). Pentru formularea întrebărilor care depind de problematica de cercetare nu există o reţetă generală; deci preluarea următoarelor întrebări nu este recomandată pe parcursul altor cercetări - prezentăm doar un exemplu despre cum am adaptat pe parcursul unui plan de structurare întrebările recomandate de consiliul local /ordonatorul cercetării/ şi de colegii proiectanţi într-o cercetare cu caracter de harta mentală:

- *Zona oraşului Dumneavoastră în comparaţie cu oraşul Eger este:*
    1. *dezavantajată*
    2. *este în armonie cu acesta*

[30] Efrájim Kishon (1967) 1984: Válaszúton. (La răscruce) In uõ: Veszett ernyõ nyele. (Mânerul umbrelelor pierdute). Budapesta: Editura Európa, 288-289.

3. *are o situaţie mai avantajată*
4. *alta, şi anume: ...*

- *Căror prestaţii, instituţii le simţiţi mai ales lipsa în ... ?*
- *După părerea Dumneavoastră pentru ce ar putea fi folosită ... (numele zonei oraşului) ? (Întrebare de ajutor: Ce fel de funcţii, ce fel de sarcini ar putea să îndeplinească cel mai bine?)*

(Codurile nu trebuie citite!)

1. *turism*
2. *spaţiu locativ*
3. *întreprindere mică*
4. *alta, şi anume:*

3. *Schiţarea unei hărţi făcută de către participant şi tehnici de desenare efectuate manual şi pe calculator*

Acest manual – pe de-o parte, din cauza amplorii, pe de altă parte din raţiuni de redactare – nu se ocupă cu prezentarea noilor probleme ale prelucrării statistice a datelor cu caracter grafic şi cu problematica schiţării unei hărţi de către participanţi, nici cu instrumentele de cartografiere pe calculator. Tehnica ce urmează a fi prezentată acum pe scurt, corespunde tehnicilor timpurii pe care deja le-am mai schiţat la prezentarea cercetărilor lui Stanley Milgram (vezi *scrierea în ramă*) respectiv a celor scrise cu ocazia prezentării metodologiei. Pentru evitarea repetiţiilor, trecem aici în revistă doar paşii de aplicare.

Concepte cheie:

- schiţarea unei hărţi de către reprezentant/respondent/ - ca tehnică de interviu;
- evocare liberă (*free recall);*
- evocare dirijată;
- harta mentală a cercetătorului şi interpretarea.

Solicitarea desenării de hartă adresată respondentului poate fi considerată o tehnică specifică de intervievare, respectiv tehnică de chestionar – în cazul în care pretindem desenarea de elemente da hartă într-o cantitate semnificativă şi în mod standard. Elementele unei hărţi pot fi adunate şi în cadrul interviurilor în grup. O parte a interviului este verbală, iar cealaltă parte este nonverbală - având caracter grafic; independent de felul lui, toate raţiunile metodologice, formale şi etice pe care le considerăm valabile în legătură cu tehnica de interviu sau de chestionar sunt valide şi în acest caz.

Cine încă nu a pretins schiţarea unei hărţi de la participanţi, crede că este o muncă dificilă să convingă nişte oameni maturi să deseneze. Nu este aşa; pe parcursul întrebărilor care se referă la spaţiu oamenii cred că este ceva natural să deseneze o schiţă a unei hărţi. Situaţia de bază – faptul că cercetătorul se familiarizează cu mediul înconjurător – este autentică: respondenţii consideră că este natural, ca ei, *localnicii*, cunoscătorii zonei, să-i prezinte cercetătorului, care este un *străin,* nişte puncte de orientare. Când cercetătorul dezvăluie harta mentală a respondentului îşi exprimă aprecierea faţă de cunoştinţele locale ale acestuia; acesta este un imbold pozitiv care măreşte încrederea în sine a respondentului, poate dezvolta relaţia de încredere, care poate fi importantă mai târziu pe parcursul muncii pe teren. Impulsionarea respondentului în a desena o hartă mentală poate fi făcută printr-o sumedenie de tactici; de exemplu, cercetătorul începe să deseneze o schiţă, iar intervievatul corectează anumite lucruri, iar în cele din urmă continuă desenarea el însuşi. Se poate întâmpla ca cercetătorul să fie cel care desenează harta până la sfârşit, cu ajutorul instrucţiunilor primite de la respondenţi; dacă efectuăm un interviu în grup atunci din dezbaterile care se referă la spaţiul mental se poate

filtra şi informaţia care se referă la diferenţele de percepţie dintre grupurile sociale (de exemplu tineri şi bătrâni, bărbaţi şi femei, lucrători şi inactivi etc.)

Desenarea hărţii făcută de către participanţi de regulă începe cu o foaie albă, fără a da nici un fel de instrucţiuni; acest procedeu este numit – cu o expresie împrumutată din domeniul psihologiei – metoda evocării libere (*free recall*). O altă metodă este ca în prealabil definim pe hartă unele elemente (de exemplu cursul unui râu, graniţa ţării sau a aşezării etc.) respectiv pe baza unor imagini îi îndemnăm pe respondenţi să vorbească, să deseneze – aceasta este numită *evocare dirijată de un stimul cheie sau* pe scurt *evocare dirijată.* La metoda de *evocare dirijată* trebuie să reflectăm asupra mai multor lucruri, ca de exemplu culorile sau grosimea liniilor, respectiv amplasarea fotografiilor - toate acestea pot să influenţeze răspunsurile în diferite măsuri. Deoarece prezentul manual nu-şi propune prezentarea acestora, recomandăm cititorului să urmeze metoda care se bazează pe evocarea liberă.

Pe parcursul desenării hărţilor şi a interviurilor – conform unei abordări esenţialiste – cercetătorului i se conturează harta mentală a localnicilor. (Conform abordării constructiviste harta mentală colectivă a localnicilor nu poate fi dezvăluită: despre spaţiul fizic nu există o imagine cognitivă permanentă, harta mentală nu poate fi separată de contextul momentului în care au loc procesele observate ale conştiinţei). Pentru totalizarea elementelor unei hărţi există anumite tehnici pe calculator. În cazul tehnicilor care se bazează pe *evocarea dirijată*, mai mult decât atât, şi în cazul *evocării libere* putem să pregătim nişte statistici uşoare, de exemplu, despre cât sunt de frecvente unele elemente ale hărţii. Trebuie, însă, să clarificăm că harta mentală nu este cea a localnicilor, şi nici măcar a oamenilor intervievaţi, ci a cercetătorului, care fireşte şi-a dobândit cunoştinţele pe parcursul interviurilor.

În cazul în care cercetătorul admite public că a redactat propria sa hartă mentală despre aşezarea respectivă şi nu pe cea a localnicilor, nu există nici un fel de obstacol moral care l-ar opri în schiţarea grafică a propriei harţi mentale, adică – asemănător intervievaţilor – să elaboreze şi el harta cognitivă a aşezării. Această schiţă a hărţii, împreună cu informaţiile complementare aferente reprezintă rezultatul cercetării.

Trebuie să menţionăm faptul că, în timp ce, aceste hărţi au fost desenate mai de mult cu mâna, în zilele noastre de regulă sunt executate cu careva program de grafică pe calculator. Hărţile se bazează pe harta „oficială" a aşezărilor, de exemplu pe harta oraşului, planul de structurare sau imagini din aer. Aceste hărţi proporţionate sunt la prima vedere considerate „mai bune" decât cele desenate cu mâna. În realitate hărţile mentale nu trebuie să fie proporţionate, mai mult decât atât „cel mai bine" este dacă se simte abundenţa de informaţii, de exemplu prin lăţimea disproporţionată a străzilor principale, prin mărimea exagerată a locurilor importante, sau prin faptul că spaţiile care nu sunt importante nici măcar nu sunt reprezentate pe hartă.

4. *Prelucrarea şi interpretarea datelor*

Pe parcursul prelucrării datelor cea mai mare problemă este cauzată de faptul că o parte a datelor culese pe teren se referă la spaţiu, iar o altă parte se referă la persoana observată; pe parcursul prelucrării şi interpretării datelor, cea mai dificilă sarcină este manipularea comună a celor două tipuri de date, respectiv publicarea acestora.

Concepte cheie:

- datele care se referă la teren versus datele (analitice) care se referă la respondent;
- posibilităţi interactive;
- posibilităţi de Internet.

Prezentând problema pe scurt, pe parcursul cartografierii mentale avem de a face cu date care se referă la teren, respectiv cu date analitice - referitoare la unitatea de observaţie. Dar la o cercetare mai aprofundată ne dăm seama de faptul că de multe ori majoritatea informaţiilor care se referă la teren pot fi legate şi de respondenţi şi pot fi analizate şi cu pachete de programe statistice. Sub acest aspect putem să tratăm *frecvenţa* informaţiilor care se referă la denumirea, graniţa, traseele spaţiului mental, indiferent dacă ele au fost rostite în cuvinte sau au fost marcate pe hartă ca *date analitice*. Conţinuturile conştiinţei care se referă la spaţiu – adică, de fapt, hărţile mentale – nu pot fi analizate cu metodele tradiţionale ale ştiinţelor sociale; de exemplu în cazul extinderii spaţiului mental (graniţele) nu putem marca unde anume sunt graniţele respective cu ajutorul metodelor simple statistice, ci doar câţi oameni consideră astfel. Culegerea standardizată, prelucrarea statistică şi interpretarea informaţiilor care se referă la spaţiu – după cum ne-am mai referit la acest lucru – nu este o sarcină care să nu poată fi rezolvată, însă prezentarea acestor metode de experimentare nu este posibilă în cadrul acestui manual.

Rezumând raţionamentul nostru, recomandăm cercetătorului ca informaţia referitoare la spaţiu ce-i parvine pe parcursul cartografierii mentale, după ce în prealabil a prelucrat-o în mintea sa, să o facă publică ca fiind harta mentală a cercetătorului; iar datele care pot fi prelucrate cu metode statistice tradiţionale să le prelucreze cu ajutorul unui operator de bază de date statistice.

Pentru a putea da răspuns la întrebările de cercetare iniţiale ar fi nevoie de interpretarea comună a datelor analitice şi a datelor cartografice. În cazul în care rezultatele trebuie predate în forma unui studiu tipărit, atunci aria posibilităţilor este relativ îngustă: ca o soluţie, putem să nu prezentăm anumite date analitice în tabelul care urmează după hartă, sau în text, ci direct pe hartă sau pe marginea hărţii. În cazul în care studiul trebuie predat în formă digitală, eventual dacă a fost conceput de la bun început pentru uzanţă pe Internet, este indicat să utilizăm posibilităţile interactive ale tehnicilor digitale, care prezintă informaţia în cea mai simplă formă posibilă doar printr-un *click* pe hartă.

5. *Verificarea hărţilor mentale cu alte metode. Progresare pe baza hărţi mentale*

Pe parcursul cercetării unei aşezări, harta mentală extrem de rar poate fi considerată un „produs final”: de obicei, constituie un punct de plecare pentru alte cercetări. Pentru ca analizele ulterioare care se bazează pe cartografierea mentală să nu ajungă la concluzii false, rezultatele redactării unei hărţi mentale trebuie verificate, absolvite cu includerea localnicilor (monitoring).

Concepte cheie:

- monitoring cu metoda de cercetare focus-grup/grup ţintă/
- posibilităţile de monitoring în cadrul observaţiei participative
- rolul de monitoring al publicului larg
- progresarea cu ajutorul categoriilor unei hărţi mentale
- posibilităţile analizei de reţea.

Metodele de cercetare cele mai frecvent folosite la redactarea unei hărţi mentale sunt interviul şi chestionarul. Dacă în urma culegerii de date cercetătorul şi-a realizat propria hartă mentală este indicat să o verifice cu alte metode înainte să avanseze mai departe.

De obicei, nici în aşezările mai mici nu există o hartă mentală „unitară”, fiecare individ cunoaşte mai bine doar propriul mediu înconjurător, un mediu mai restrâns; imaginea cea mai completă o are, de multe ori, cercetătorul venit din afară, care, însă, fiind un străin nu are de

unde să ştie pe care localnic poate să-l afecteze într-un mod neplăcut această imagine completă, care sunt persoanele care vor fi condamnate local pentru aceasta, sau ce lucruri sunt considerate ridicole, comice de către localnici. Aducerea la iveală a tuturor acestor păreri poate fi făcută cel mai uşor cu metoda de *cercetare cu focus-grup*. În timp ce nişte interviuri individuale adiţionale nu ar mai aduce prea multe informaţii noi, datorită interacţiunilor specifice din cadrul unui grup, câteva grupuri ţintă /focus-grupuri/ modelează perfect reacţiile colectivului.

Oamenii se comportă altfel în diferite situaţii, faţă de cum îşi exprimă părerile în public. Cu toţii admirăm peisajul văzut de pe un deal, însă localnicii au tendinţa să se obişnuiască cu acest peisaj şi pe parcursul unei zile de lucru istovitoare aceştia rar se opresc să admire peisajul. Cele mai pertinente observaţii, descoperiri referitoare la utilizarea spaţiului pot fi recoltate pe parcursul *observaţiei participative*.

Dacă suntem încredinţaţi că elementele hărţii noastre mentale pot fi susţinute, atunci putem s-o facem publică - de exemplu cu ajutorul televiziunii sau al ziarului local. Deşi presa locală profesează comunicare unilaterală, reacţiile – feedback-urile - pot fi importante pentru cercetători; pe de-o parte, dacă urmează o pistă greşită vor primi mai multe reacţii, pe de altă parte dacă reacţiile sunt puţine atunci se poate presupune că se vor prezenta localnici mai în vârstă care sunt pasionaţi adesea de istoria locală; aceştia pot să servească nişte completări/ corectări. Dacă categoriile unei hărţi mentale au trecut şi această probă a publicului, atunci rezultatele pot fi folosite cu siguranţă pe parcursul cercetărilor ulterioare.

Categoriile hărţii mentale pot constitui, de multe ori, bune puncte de plecare, de exemplu, pe parcursul elaborării programelor de bunăstarea locală, de stimularea întreprinzătorilor sau de dezvoltare a resurselor umane. Problematicile teritoriale pot fi importante în cadrul tuturor acestor puncte de vedere, iar problematicile teritoriale sunt definite de percepţiile locale asupra spaţiului respectiv – adică harta mentală locală.

Analiza relaţiilor dintre unele spaţii mentale (de exemplu zone ale oraşului, sau aşezările unei împrejurimi) ne pot procura informaţii utile: pot să prezinte problema segregării (separarea/izolarea geografică a diferitelor grupuri sociale) dintr-o nouă perspectivă sau pot să dezvăluie care părţi ale oraşului au o poziţie centrală, periferică sau izolată de celelalte.

VII. Analiza de reţea

Introducere

Istoria teoriei

Tehnică sau paradigmă?

Analiza de reţea şi a capitalului de relaţie

Aplicaţiile ştiinţifice şi practice ale analizei de reţea

Analiza de reţea pe parcursul cercetării aşezărilor umane

Probleme de etică

Abc-ul analizei de reţea

Studii de caz, exemple

Reţeaua universităţilor interconectate din Bazinul Carpatic, 2002

Reţele de opinii: referinţă la legea de film care se pregăteşte, 1997

Mic dicţionar de noţiuni în limba română

Texte în chenar:

José Luis Molina: Analiza reţelelor sociale. O introducere (fragment)

Péter Futó, Pál Lányi şi Anikó Soltész: Definiţia clusterelor regionale în Uniunea Europeană, în Ungaria şi în literatura de specialitate internaţională

Linked: Recenzie din cartea lui Albert László Barabási

Introducere

Analiza de reţea a devenit un fel de modă ştiinţifică al zilelor noastre. Deşi această tendinţă se manifestă de decenii, publicul larg a făcut cunoştinţă mai cu seamă cu abordările de natura ştiinţelor sociale din cărţile de succes apărute în ultima perioadă, precum lucrările lui *Albert László Barabási*, *Duncan Watts* şi *Marc Buhannan*. (Despre cartea lui Barabási vezi *scrierea în ramă*).

În acest capitol prezentăm mai întâi teoria istoriei a analizei de reţea socială, după care prezentăm câteva probleme importante ale analizei de reţea, respectiv aplicarea lor ştiinţifică în practică. Subcapitolul ce urmează a fost creat cu scop de iniţiere, prezentând bazele analizei de reţea cititorului lipsit de experienţă. Deşi capitolul este prea scurt pentru a putea prezenta toate detaliile, subtilităţile metodei, sperăm că urmând paşii prezentaţi, cititorul va ajunge la un nivel de cunoştinţă de la care avansarea în aprofundarea cunoştinţelor va fi mai mult o plăcere decât o pacoste. Avansarea autodidactă este facilitată de literatura recomandată.

Noţiunea de reţele regionale, sau cluster regional este prezentată – în *scrierea în ramă* – în rezumatul lui *Péter Futó.* O reflexie din introducerea cărţii lui *José Luis Molina* este şi ea prezentă în forma *scrierii în ramă*, prezentând temele curente ale analizei de reţea. În acest capitol am utilizat, în mai multe locuri, fragmente din studiile mele anterioare apărute în revista Szociológiai Szemle (Viziunea Sociologică) şi în Falu Város Régió (Regiunea-Sat Oraş).

Teoria istoriei

Un important predecesor teoretic şi metodologic al analizei de reţea socială este *sociometria* (Moreno 1934[1]), care începând cu anii `30 s-a ocupat cu studiul relaţiilor sociale în comunităţile mici. Cercetările lui *Ferenc Mérei* au contribuit şi ele în mare măsură la noile rezultate ale disciplinei**.** Un alt cercetător de seamă – Szabó Zoltán – este de părere, că analiza de reţea poate fi considerată o generalizare a sociometriei.

Datorită tehnicii originale de cercetare şi a rezultatelor surprinzătoare ale acestuia, în primul rând se evidenţiază experimentul timpuriu cu caracter de cercetare de reţea al lui *Stanley Milgram*[2] numit „lume mică". Milgram a trimis colete dintr-un colţ al Statelor Unite în celălalt, astfel: expeditorii au avut voie să le predea doar unei singure cunoştinţe personale. S-a dovedit că, prin intercalarea a 5-6 cunoştinţe, în Statele Unite, toată lumea cunoaşte pe toată lumea.

În *sociologie* schimbarea paradigmei cu criteriu relaţional s-a produs ca urmare a publicării studiului „The strength of weak ties" (Puterea legăturilor slabe) al lui *Mark Granovetter*[3]. Concomitent, noile rezultate ale teoriei matricelor şi ale teoriei grafului au stat la baza matematică a dezvoltării metodologice a analizei de reţea. În anii `80-90 atât metodologia cât şi teoria a început să se dezvolte în mod spectaculos. Să prezentăm doar câteva rezultate, cu elaborarea indicelor de măsurare al densităţii şi al centralităţii, cu elaborarea concepţiei referitoare la golurile structurale, apariţia vizualizării reţelelor sociale, cercetările legate de studiul dinamicii reţelelor, în ultimele decenii, au cunoscut un progres semnificativ.

Doar puţini sunt cei care ştiu că analiza socială de reţea are şi rădăcini din *antropologie*. *Alfred Reginald Radcliffe-Brown* a fost primul care a recomandat în atenţia sociologilor cercetarea

[1] Moreno, Jacob Levy 1978 (1934). *Who Shall Survive? Foundations of Sociometry, Group Psychotherap, and Sociodrama.* Beacon: Beacon House

[2] Milgram, Stanley 1967: The Small Word Problem. In: *Physiology Today* 1967/2: 60-67.

[3] Granovetter, Mark 1973: The strength of weak ties. In: *American Journal of Sociology* 78: 1360-1380.

reţelelor – în discursul său enunţat cu ocazia ocupării postului de director al Societăţii Antropologice Regale, în 1940. Mai multe lucrări de ansamblu leagă în mod direct apariţia analizei de reţea de antropologia socială britanică şi de „şcoala din Manchester". O lucrare de mare influenţă a fost şi cea a lui *Larissa Adler Lomnitz*[4] publicat în 1971, despre rolul relaţiilor dintre parteneri din clasa mijlocie din Chile. Softul *Anthropack*, conceput pentru cercetătorii de antropologie socială, la începutul anilor `90, s-a numărat printre primele pachete de programe utilizabile şi în analiza de reţea. Programatorul *Steve P. Borgatti* - de altfel licenţiat în antropologie - a luat parte la dezvoltarea pachetului de program UCINET, soft folosit în zilele noastre de majoritatea cercetătorilor care se ocupă cu analiza de reţea.

Unele rezultate ale analizei de reţea pot fi interpretate ca nişte critici aduse la adresa conceptului *economiei* neoclasice. Granovetter (i.m. 1973) a demonstrat că efectul cererii şi ofertei pe piaţa forţei de muncă nu se realizează perfect datorită faptului că cei mai mulţi oameni încearcă, până şi în zilele noastre, să îşi găsească un loc de muncă prin intermediul cunoştinţelor. Acest articol a devenit în secolul XX, unul dintre cele mai utilizate texte de referinţă. Alţi autori au prezentat faptul că şi pe pieţele care au fost considerate până atunci perfecte (bursă, asigurare, întreprinderi mari) relaţiile personale sunt la fel de importante ca cererea şi oferta (de exemplu: Baker 1984[5]). În anii `90 mai multe cercetări au avut ca obiect studiul importanţei relaţiilor în economiile naţionale, precum şi cercetarea legăturilor dintre întreprinderile mari (de exemplu: Stark 1994[6], Vedres 1997[7]).

Analiza de reţea – poate datorită faptului că este o ştiinţă relativ tânără - nu este la fel de răspândită în toate ţările lumii. Cele mai multe publicaţii care se ocupă cu tema reţelei se nasc în Statele Unite, iar în Europa, în Olanda. Cercetări de analiză a reţelei se desfăşoară în Spania, Slovenia şi nu, în ultimul rând, în Ungaria. În răspândirea cercetării de reţea un rol important l-au avut cursurile universitare şi culegerile, redactate de Róbert Angelusz şi Róbert Tardos[8] (1990), Ágnes Utasi[9] (1991) respectiv György Lengyel şi Zoltán Szántó[10] (1998). [11]

Tehnică sau paradigmă?

Sub anumite aspecte analiza de reţea diferă considerabil de alte metode de analiză. În acest capitol scoatem în evidenţă trei elemente cheie (cu oarecare simplificări):

- culege date de tip nou;
- formulează întrebări noi de analiză;
- foloseşte metode noi de analiză.

---

[4] Adler Lomnitz, Larissa 1998 (1971): Cumetrie: sistemul de favori reciproce în burghezia oraşului Chile. In: *Replika 29*: 139–150. www.replika.hu

[5] Baker, Wilfred E. 1984: The Social Structure of a National Securities Market. In: *American Journal of Sociology* 89/4: 775- 811.

[6] Stark, David 1994: Elemente vechi de sistem îmbinate într-un nou mod: proprietate recombinantă în capitalismul din Europa de Est. In: *Közgazdasági Szemle* 1994/11-12.

[7] Vedres Balázs 1997: Bank és hatalom. (Banca şi puterea) Locul băncilor în reţeaua interpersonală a întreprinderilor mari maghiare. In: *Szociológiai Szemle* 1997/2.

[8] Angelusz Róbert şi Tardos Róbert (redacor) 1991: *Társadalmak rejtett hálózata*. (Reţeaua ascunsă a societăţilor) Budapesta: Institutuţia de Sondaj al Opiniei Publice Ungare

[9] Utasi Ágnes (redactor) 1991: *Társas kapcsolatok*.(Relaţii sociabile) Budapesta: Gondolat

[10] Lengyel György şi Szántó Zoltán (redactor) 1994: *A gazdasági élet szociológiája. (*Sociologia vieţii economice) Budapesta: Aula; Lengyel György şi Szántó Zoltán (redactor) 1998: *Tőkefajták: A társadalmi és kulturális erőforrások szociológiája*.(Variante de capital: Sociologia surselor de energie culturală şi socială) Budapesta: Aula.

[11] Textele cercetătorilor din Ungaria pot fi citite pe pagina de Internet a analiştilor de reţea. (www.socialnetwork.hu).

Date de tip nou (criteriu relaţional)

Expresia de „criteriu relaţional" a fost introdusă de Lazarsfeld şi Menzel[12] (1961) în anii `70, ca să se poată face diferenţa dintre acesta şi expresia de criteriu *analitic* şi *contextual*. *Criteriul analitic* este informaţia care este inseparabilă de subiectul cercetat. Pe parcursul efectuării unui studiu de fezabilitate al impactului economic al unui plan de dezvoltare analizăm, de regulă, date analitice precum amorsările, numărul probabil de locuri de muncă ce se creează. Datele *contextuale,* spre deosebire, se referă la mediu, iar datele *relaţionale* se referă la legătura dintre individ şi mediul înconjurător. Criteriul relaţional caracterizează întotdeauna legătura dintre cel puţin doi participanţi.

Un criteriu analitic este, de exemplu, dacă există sau nu gimnaziu într-o aşezare. Un criteriu contextual este că, *în raport* cu aşezările din zonă, proporţia celor care dau examenul de bacalaureat este mare sau mică. Un criteriu relaţional ar putea fi, de exemplu, unde, la ce facultate se înscriu elevii, sau din care aşezare umblă la liceu.

Să ne imaginăm că suntem în locul unui negustor din Veneţia care trebuie să decidă soarta unei cereri de credit. Cât timp un funcţionar al unei bănci, ar lucra, mai ales, pe baza datelor de bilanţ (date *analitice*), un analist de bursă ar lua în considerare şi posibilele influenţe ale pieţei (acesta este un criteriu *contextual*), negustorul s-ar strădui să afle cu ce alte persoane, întreprinderi importante mai este în legătură creditorul.

Relaţia nu intră în sfera de interes a celorlalte analize formale, însă toată lumea este conştientă de importanţa acesteia în practică. Înainte de existenţa analizei de reţea pentru procurarea şi interpretarea acestor informaţii – fiind confidenţiale – a fost nevoie de rafinamentul unui negustor din Veneţia.

Întrebări (relaţii) noi de analiză

Abordarea unei probleme din punctul de vedere al analizei de reţea ridică noi întrebări. Nu este pusă sub lupă situaţia unei întreprinderi, ramuri industriale, respectiv a unei zone, ci *relaţiile* întreprinderilor, a ramurilor industriale, a aşezărilor sau a regiunilor. În timpul cercetării, care se referă la întreaga reţea, putem să formulăm, de exemplu, întrebarea dacă este sau nu destul de *saturată* reţeaua? (saturaţia reprezintă proporţia dintre relaţiile posibile şi cele reale) Unde se află *punctele de saturaţie* sau din contra, *goluri structurale*? Cum pot fi definite unele *grupuri de reţea?* Care sunt punctele care joacă *rol intermediar?* În câţi paşi pot fi *atinse* grupurile, membrii?

Relaţiile pot fi studiate pe două nivele: analizăm reţeaua de relaţii în întregimea ei, ori reţeaua individuală a unui actor social anume (adică a mai multor noduri). Cercetarea care focusează pe relaţiile dintre unele noduri este numită analiza *capitalului de reţea.* Analizele capitalului de reţea se pot ocupa cu întrebări ca, de exemplu, câte legături are un anume actor social (firmă, aşezare, persoană etc.), cu cine menţin relaţie, ce caracter au aceste relaţii şi în ce scopuri sunt folosite.

Metode noi de analiză (teoria grafului şi a matricelor, algoritmi noi de calculator.)

În calea răspândirii pe scară largă a analizei de reţea stă faptul că nu este compatibilă cu metodele statistice consacrate. Pe scurt: în timp ce în coloanele celorlalţi operatori de baze de date

[12] Lazarsfeld, Paul F. şi Herbert Menzel 1961: On the Relation between Individual and Colective Properties. In: Etzioni, Amitai (redactor): *A Socilogical Reader on Complex Organisations.* London, New York

sunt scrise variabilele, iar în rândurile lor apar unităţile de observaţie, în cazul analizei de reţea atât în coloanele cât şi în rândurile tabelelor de date apar unităţile de observaţie. Datele nu se referă doar la câte un subiect observat, ci concomitent, şi la relaţia dintre doi subiecţi. Programele de statistică obişnuite – ca, de exemplu, Excel sau SPSS – nu efectuează operaţiuni de analiză de reţea.

De când a depăşit antecedentele metodologice (de exemplu, teoriile dihotomice şi trihotomice, sau sociometria), metodologia analizei de reţea se bazează pe rezultatele matematicii moderne, mai ales pe rezultatele teoriei matricelor şi a grafurilor. În zilele noastre, majoritatea analiştilor de reţea în efectuarea calculelor folosesc softuri specifice: Ucinet, Egonet sau Pajek, iar pentru reprezentarea grafică (desenarea unor grafuri) folosesc Netdraw, KrackPlot şi alte softuri. Graţie dezvoltării rapide a softurilor efectuarea operaţiilor - din ce în ce mai complicate - devine din ce în ce mai uşoară. În capitolul IX *(literatura recomandată*) sunt recomandate unele pagini de Internet de unde, cele mai multe dintre aceste softuri pot fi descărcate sau încercate pe gratis.

Analiza reţelei de relaţii şi a capitalului de relaţie

Majoritatea cercetătorilor folosesc noţiunea de *capital de relaţie* în înţelesul celor afirmate de *James Coleman* şi *Pierre Bourdieu.* Coleman (1990)[13] deosebeşte trei tipuri de capital, capitalul material (acesta este noţiunea obişnuită de capital), capitalul uman, sau de cunoştinţe, respectiv capitalul social, sau de relaţie. După părerea lui Coleman fiecare dintre aceste trei tipuri de capital – independent unul de altul - poate să ajute pe cineva în atingerea scopurilor, mai mult decât atât, diferitele capitaluri pot fi convertite unul în celălalt, adică având capital de cunoştinţe putem să facem rost de relaţii, relaţiile pot fi convertite în capital material şi aşa mai departe. De la Coleman încoace, măsurabilitatea capitalului de relaţie şi modul de conversiune a devenit o problemă sociologică importantă. Bourdieu, deşi în unele lucrări ale sale foloseşte împărţirea menţionată a capitalului pe trei grupuri[14], totuşi în alte scrieri ale sale prezintă o imagine mult mai complexă despre diferitele tipuri de capital decât Coleman. După părerea lui Bourdieu[15], pe parcursul vieţii noastre putem să ne propunem variate ţeluri în viaţă. Pentru atingerea acestor scopuri, ţinte (la Bourdieu: *mize*) avem nevoie de *capital.* Unele mize pentru care se concurează, pot fi procurate doar cu capitalul corespunzător acestora. Validitatea mizelor şi a capitalurilor defineşte *câmpul* pe care se concurează. Graniţele, aria fiecărui câmp se întinde până acolo unde se sfârşesc influenţele lor. Fiecărui câmp îi aparţin, deci mize şi capitaluri specifice. Diferitele tipuri de capital în anumite condiţii pot fi convertite una în cealaltă. După părerea lui Bourdieu numărul câmpurilor este infinit, putem să vorbim, de exemplu, despre câmp religios, artistic sau economic. Să scoatem în evidenţă doar un

[13] Coleman, James S. (1990): *Foundations of Social Theory*. Boston: Harvard University Press.

[14] Dintre scrierile lui Bourdieu apărute în limba maghiară de exemplu: Bourdieu, Pierre 1997: Gazdasági tőke, kulturális tőke, társadalmi tőke.(Capital economic, capital cultural, capital social) In: Angelusz Róbert (redactor): *A társadalmi rétegződés komponensei.* (Componentele stratificării sociale) Budapesta: Új Mandátum
Bourdieu, Pierre 1978 (1972): A szimbolikus tőke.(Capitalul simbolic) In: Léderer Pál şi Ferge Zsuzsa (vál.): *A társadalmi egyenlőtlenségek újratermelődése*: *Tanulmányok.(*Reproducerea inegalităţilor sociale. Studii) Budapesta: Gondolat.

[15] Noţiunile de capital au fost definite în mai multe scrieri ale autorului, însă în loc de acestea – datorită uşurinţei cu care poate fi urmărită şi limbajului simplu – recomandăm în atenţia cititorului un interviu făcut cu autorul care a apărut şi în limba maghiară: Loic J. D. Wacquant 1990 (1989): A reflexív szociológia felé. Műhelybeszélgetés Pierre Bourdieu-vel. (În direcţia sociologiei reflexive. Conversaţie cu Pierre Bourdieu) In: Replika (1) 1990/1:51-68.

exemplu, în *câmpul* religios actorii sociali (bisericile) concurează unii cu alţii pentru sufletele credincioşilor (mize) cu acele conţinuturi de conștiință spirituală, înrădăcinată prin tradiţie pe care le numim religie (capital). Conform celor spuse nu vorbim, deci de trei tipuri, ci de infinit de multe tipuri de capital. *Capitalul de relaţie* este adecvat, primordial, în câmpul de relaţie pentru a ajunge la mizele (scopurile) de relaţie; pentru însuşirea de orice alt fel de miză este nevoie de conversiune de capital.

Din punctul de vedere al analizei de reţea, cea mai importantă caracteristică a analizelor de capital de relaţie, este că nu se referă la întreaga reţea de relaţii, ci se concentrează doar la relaţiile *unor actori*. Reţeaua unor actori sociali în limbajul de specialitate al analizei de reţea se numeşte *reţea Ego*. În raport cu aceasta, întreaga reţea se numeşte *network*, *reţea*. Studiile *reţelei Ego* şi cercetările *reţelei de relaţii* din perspectiva *macro* şi *micro*, respectiv *parte* şi *întreg* se prezintă ca noutăţi în analiza de reţea. Folosirea expresiilor micro şi macro ne poate induce în eroare. Cercetările care se concentrează pe întreaga reţea – datorită îndemnului la ,,deplinătate" – lucrează cu sisteme de relaţii mai mici, însă analiza capitalului de relaţie poate să lucreze şi cu mostre reprezentative şi poate să facă constatări care sunt valide pentru o mulţime mai mare.

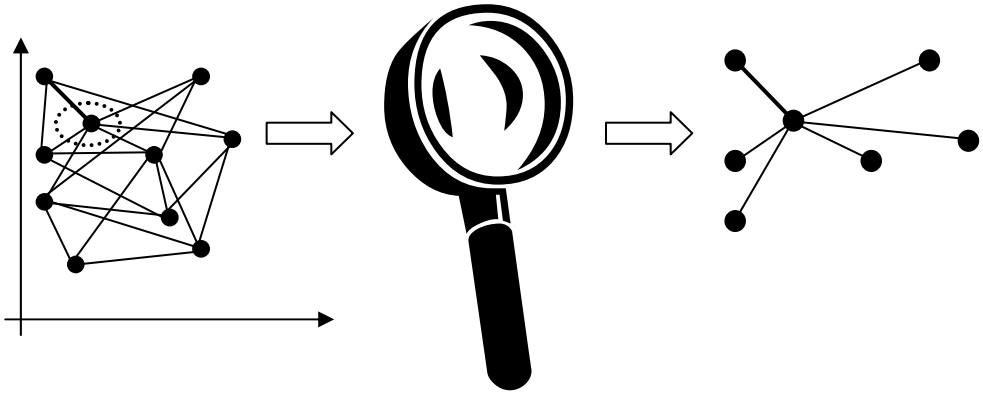


Fig. 7.1. ***Parte în întreg. Reţea de relaţii şi reţea Ego***

Cele două abordări urmează două metodologii diferite şi pot da răspunsuri la diferite teme de cercetare.

În centrul *analizei capitalului de relaţie* se află actori individuali, ceea ce înseamnă că cercetătorii încearcă să inventarieze relaţiile unor *noduri* anume. Informaţia culeasă (legăturile punctului, reţeaua Ego) nu poate fi despărţită de unitatea de observaţie, şi este caracteristică doar acestuia. Din această cauză rezultatele cercetării capitalului de relaţie pot fi culese şi interpretate asemănător *datelor analitice*, adică asemănător datelor statistice tradiţionale. Se poate lua, de exemplu, o mostră reprezentativă şi informaţiile (de exemplu numărul relaţiilor Ego) care se referă la cazurile mostrei, pot fi analizate în mod obişnuit.

Cercetările întregii reţele includ în examinare toate nodurile reţelei. Din această cauză, de obicei, nu se poate lua o mostră, ci trebuie să procurăm informaţii despre (de la) toţi membrii unui grup bine definit. În practică ,,deplinătatea" nu poate fi întotdeauna realizată, însă trebuie să ne străduim la crearea unei imagini cât mai ample despre relaţiile mulţimii studiate

. În funcţie de diferite puncte de vedere, între aceiaşi actori pot fi schiţate reţele de diferite caractere. Reţeaua de relaţii dintr-o zonă mică arată altfel, de exemplu, din punctul de vedere al reţelei de canalizare, al investiţiilor de capital şi al direcţiei navetei zilnice a forţei de muncă. Reţelele de relaţii schiţate după diferite criterii pot fi comparate, oferindu-ne premise pentru alte analize, şi sunt oportune pentru completarea şi verificarea rezultatelor cercetărilor anterioare.

Aplicaţiile ştiinţifice şi practice ale analizei de reţea

Conform recenziei lui *José Luis Molina,* o treime dintre scrierile publicate în domeniul analizei de reţea nu au caracter aplicativ, ci metodologic (vezi *scrierea în ramă)*. În studiile, care prezintă tehnicile noi de analiză sau studiile care scriu despre elaborarea teoriilor, empirismul apare doar ca un exemplu. Acesta nu este un lucru neobişnuit în cazul unei discipline relativ tinere, care se dezvoltă extrem de rapid. Teme importante ale dezbaterilor sunt, de exemplu, legăturile slabe şi tari, lumile mici, asemănarea structurală sau dinamica de schimbare a reţelelor.

Dintre domeniile de cercetare empirică cele mai frecvente sunt cercetările diferitelor comunităţi, printre acestea a comunităţilor virtuale, dar o literatură semnificativă au şi cercetările proceselor de răspândire (difuziuni), ale cooperărilor dintre întreprinderi (drept de proprietate, coterie, colaborare în achiziţionare sau pe piaţă) sau a canalurilor de comunicaţie. Analizele capitalului de relaţie, respectiv analizele reţelei Ego sunt mult mai frecvente decât analiza reţelei de relaţii.

Dintre aplicările cu scop practic merită evidenţiată, în primul rând, consultanţa în materie de relaţie, măsurarea capitalului de relaţie, şi auditul, respectiv cercetarea reţelei de opinie aplicată în cadrul tratării conflictelor.

În ţările dezvoltate *consultanţa de relaţie* a devenit un nou domeniu în cadrul consultanţei de afaceri, care ajută, în primul rând, la dezvoltarea relaţiilor strategice de afaceri: cu care cerc de proprietari merită dezvoltate relaţii mai strânse, prin intermediul căror actori se ajunge cel mai rapid la anumite pieţe etc. Una dintre primele firme de consultanţă a fost creat de renumitul cercetător *Ronald Burt.* Interesul faţă de analiza de reţea, în străinătate, se explică cu profitul produs prin aplicarea rezultatelor acesteia în practică.

José Luis Molina:

Analiza reţelelor sociale, Introducere (Fragment)

Molina, José Luis 2001: El análisis de redes sociales.

Una introducción. Barcelona: Editions Bellaterra

Trebuie să punem întrebarea dacă analiza reţelelor de relaţii este o nouă direcţie a ştiinţelor sociale, sau completează doar cercetările tradiţionale cu date de relaţie cu scopul interpretării mai exacte a realităţii. Această problemă nu este una decisă. Mulţi autori consideră că analiza de reţea este o nouă paradigmă care poate defini şi caracteriza structura societăţii, nu doar metaforic ci şi în formă operativă.

După părerea noastră incertitudinea se datorează faptului că este vorba despre o abordare în curs de formare. În aceste circumstanţe ponderea abordărilor metodologice şi statistice încă este foarte mare. De exemplu, în urma studierii a o sută de articole din revista *Social Networks* care se ocupă cu analiza reţelelor sociale s-a evidenţiat faptul că patruzeci şi două de publicaţii din o sută se ocupă cu statistică, respectiv cu metodologii, în defavoarea unor teme importante precum reţelele relaţiilor personale, a comunităţilor sau a ajutoarelor reciproce. (Revista *Social Network* apare trimestrial din 1979, poate fi accesată online pe pagina www.elsevier.com. Acest scurt fragment trece în revistă publicaţiile dintre anii 1992 şi 1999, şi articolele de referinţă din acestea)

Subiecte	număr	
Statistici şi metode	42	’’’’’’’’’’’’’’’’’’
Reţele personale, comunităţi, clacă	14	’’’’’’’
Dinamica organizatorică	10	’’’’’
Reţelele relaţiilor de schimb	8	’’’’
Sănătate, AIDS	6	’’’
Observaţii, munca pe teren şi aplicaţii	5	’’
Dezvoltarea reţelelor sociale	5	’’
Capitalul social	3	’
Observaţia şi reţelele sociale	3	’
Vizualizare, figuri şi programe	2	’
Reţele politice	1	
Comunităţi virtuale	1	
	1	
	1	
Total	100	

În timp ce consultanţa de relaţie se bazează pe analiza structurală, *auditul de relaţie* este, în primul rând, o analiză a capitalului de relaţie, sau altfel spus analiza reţelei Ego. Prin analiza capitalului de relaţie devin măsurabile informaţii importante care înainte au fost percepute ca „bârfe”, ca de exemplu *influenţa* unei persoane publice, *prestigiul* social al unei aşezări sau al unei persoane particulare, ori *coroana lunară* a unei firme. O parte a capitalului de relaţie a unei firme este informaţie publică, valoarea acesteia poate fi măsurată, exprimată în bani eventual şi poate constitui parte din auditul de evaluare a firmei. O astfel de informaţie măsurabilă este de exemplu gradul de extindere al cercului de proprietar, măsura stratificării relaţiei cu achizitori, sau cu clienţi.

Analiza de reţea poate fi utilizată şi pentru dezvăluirea *reţelelor de opinii*, adică pentru interpretarea unei dezbateri. Dezbaterea – scena confruntărilor dintre diferite păreri – este atributul firesc al fiecărei instituţii democratice. Interpretarea punctelor de vedere însă, nu este întotdeauna o sarcină simplă; de multe ori este dificil, să identificăm liniile de demarcaţie, diferenţele de opinii. Acest lucru este şi mai adevărat în cazul apariţiilor publice, dezbaterilor mediatizate, unde abaterea de la tema discursului este o strategie consacrată. În cursul unui discurs politic justificarea sau dezminţirea poate avea ca urmare scăderea popularităţii cuiva. Este mai eficient ignorarea problemelor ridicate, şi enunţarea de noi puncte de vedere, formularea unor noi probleme, sau întrebări. Pe parcursul unei dezbateri numărul argumentelor noi creşte exponenţial. O cantitate atât de mare de informaţie nu este uşor de manipulat. În lipsa unui model matematic corespunzător, potrivit practicii consacrate, interlocutorii obişnuiesc să memoreze partitura discursului. Această metodă necesită o capacitate intelectuală imensă şi o sensibilitate specifică, însă chiar şi în posesia acestor aptitudini vom avea neapărat rezultate mai puţin corecte decât în cazul prelucrării datelor cu ajutorul unui calculator. Pentru ilustrarea acestei metode prezentăm în capitolul acesta un studiu de caz, care analizează un dialog dintre reprezentanţii unei profesii mai restrânse.

Analiza de reţea pe parcursul cercetării aşezărilor umane

În contextul dezvoltării teritoriale, regionale se vorbeşte tot mai mult despre dezvoltarea, extinderea relaţiilor economice locale sau regionale. Rolul economic *al regiunilor* este imaginat, de mulţi, ca o reţea de informaţii şi inovaţie. Un reprezentant al Ministerului de Economie a spus odată că: *„nu întreprinderile mici şi mijlocii vor fi concurenţa întreprinderilor mari şi a firmelor multinaţionale, ci reţelele de producţie, de informaţii şi inovaţie ale acestora care se organizează regional.”*

În timp ce cercetătorii de dezvoltare a aşezărilor şi cercetătorii de economie politică sunt de acord că, organizarea economică la nivel regional şi la nivelul întinderilor mici va fi un fel de dezvoltare de reţea, părerile nu sunt la fel de unanime în ceea ce priveşte modul de organizare a reţelei. Nu există, de exemplu, o percepţie unitară despre ce înseamnă de fapt reţelele sau clusterele de cooperare regională (în legătură cu această temă vezi *scrierea în ramă*). În acest manual nu ne ocupăm cu probleme de economie politică, însă considerăm că analiza de reţea este indiscutabil metoda cea mai potrivită pentru cartografierea reţelelor sociale şi economice existente. Dezvoltarea unei reţele într-un teritoriu, dezvoltarea relaţiilor economice regionale sau locale poate să înceapă pe baza unei analize profesioniste de specialitate. Pe parcursul cercetării pe teren, de regulă, cartografiem şi analizăm reţelele de cooperare ale consiliilor locale, direcţiile de migrare şi de angajare a forţei de muncă, relaţiile de transporturi, de comunicaţie. Analiza de reţea merită să fie folosită nu numai la analiza relaţiilor regionale ci şi a relaţiilor dintre părţile unei aşezări.

Péter Futó, Pál Lányi şi Anikó Soltész: Definiţa clusterelor regionale în Uniunea Europeană, în Ungaria şi în literatura de specialitate internaţională.

Clusterele sunt reţele compuse din companii şi instituţii care, pe un teritoriu geografic relativ mic, reprezintă relativ puţine întreprinderi, puţine ramuri industriale şi care cooperează una cu cealaltă. Din unele clustere fac parte organizaţii de branşă, organizaţii de cercetare şi învăţământ, eventual unele clustere pot conţine instituţii regionale, centrale sau instituţii ale consiliului local. Reţeaua se bazează pe o activitate comună, de exemplu marketing comun, inovaţie, tehnologie de producţie, aceeaşi piaţă de furnizor sau de vânzare, eventual folosirea unui produs brut unitar. În cazul clusterului regional, activităţile comune, de cele mai multe ori, sunt integrate în scopul şi dezvoltarea zonelor. Nu există o definiţie a clusterului care să fie acceptată şi folosită nici în Ungaria şi nici în Uniunea Europeană.

Grupul de specialişti desemnat de Direcţiunea de întreprindere a Uniunii Europene ocoleşte cu intenţie să dea o definiţie pentru – aşa zisă – noţiune „nebuloasă" (nebulous) a clusterului, în loc de acest lucru a definit felurile clusterului (EU DG Enterprise 2002). Conform sensului, clusterele sunt grupurile unor întreprinderi care depind una de cealaltă şi a unor instituţii care sunt în raport cu acestea, acestea pot fi cooperante şi/sau concurente, care pot fi concentrate din punct de vedere geografic într-unul sau mai multe regiuni, care se concentrează pe un anumit(ă) teren/ramură, sunt legate de tehnologii şi abilităţi comune şi care pot fi tradiţionale (traditional) sau pot avea o bază ştiintifică (science based).

Noţiunea de cluster este înconjurată în literatura de specialitate de dezbateri constante. Porter (1998:199.) a utilizat următoarea definiţie: „ *Clusterul este grupul unor întreprinderi şi instituţii care se leagă de acestea care sunt aproape din punct de vedere geografic care funcţionează pe un teritoriu economic definit, care sunt legate de asemănări şi de faptul că se completează reciproc.*" Rosenfeld (2002) face diferenţa între reţele şi clustere:

Reţele	*Clustere*
Face posibilă folosirea prestaţiilor mai ieftine	Atrage prestaţii specializate într-o regiune
Este limitat în ceea ce priveşte numărul membrilor	Este deschis în ceea ce priveşte numărul membrilor
Se bazează pe înţelegeri contractuale	Se bazează pe dinamica pieţei
Face posibilă implicarea în procese de producţie complexe	Generează solicitări pentru tot mai multe firme care au abilităţi asemănătoare
Se bazează pe cooperare	Necesită şi presupune competiţie
Membrii acestora au scopuri de afacere comune	Membrii sunt conduşi de o viziune comună

Feser (et al. 2001) diferenţiază clusterele localizate (care aparţin unei regiuni) şi nelocalizate (care pot fi găsite în mai multe regiuni). Face diferenţa între trei principii (tipuri de relaţie) de definire ai clusterului:

- Relaţia lanţului de valoare: clusterul vertical care integrează lanţurile de furnizor.
- Piaţa forţei de muncă: firmele dau de lucru aceloraşi oameni, aleg oameni din aceleaşi resurse de muncă.
- Clustere inovative: membrii acestuia schimbă între ei informaţiile cheie, cunoştinţele care duc la o schimbare tehnologică.

- Feser, Edward J., Kyojun Koo, Henry C. Renski, Stewart H. Sweeney 2001: Incorporating Spatial Analysis in Applied Industry Cluster Studies. In: *Economic Development Quarterly* 2 2001 march
- Porter, M. E. 1998: On Competition. Harvard Business School Press
- Rosenfeld, Stuart A. 2002: Creating Smart Systems. A guide to cluster strategies in less favoured regions. European Union-Regional Innovation Strategies. In: Rosenfeld, Stuart A. (szerk.): *Regional Technology Strategies*. Carrboro, North Carolina, USA

Probleme de etică

Diferenţierea legăturilor *slabe* şi *tari* este o problemă de etică, pe de-o parte, pe de altă parte este o problemă care ţine de tehnica cercetării. Deşi, pornind de la lucrarea de referinţă a lui Granovetter, cei mai mulţi cercetători de analiză a reţelei folosesc aceste noţiuni (bineînţeles există mai multe scrieri care nu sunt de acord cu aceste noţiuni), nu putem nega faptul că respondenţii, de obicei, separă cu greutate noţiunile de *prieten şi coleg* sau nu consideră neapărat, că au o relaţie mai puternică cu o *rudă* îndepărtată decât cu un *coleg* mai apropiat. Cercetătorilor le place să gândească în categorii fixe, terenului mai puţin. Este important ca analiza şi studiul să oglindească, în cele din urmă, punctul de vedere al mediului observat şi nu pe cel al cercetătorului.

Având în vedere aceste lucruri trebuie să fim cu băgare de seamă şi în ceea ce priveşte evaluarea capitalului de relaţie. Ar putea apărea o situaţie în care cercetătorul evaluează o relaţie ca fiind una importantă din punct de vedere economic, deşi părţile o consideră o relaţie sentimentală cordială, independent de conotaţiile ei economice.

Cele mai multe texte şi ilustraţii ale ştiinţelor sociale nu spun prea multe unui om neiniţiat, însă vizionarea hărţilor de relaţie (grafuri) poate fi un lucru interesant şi pentru laici, în urma căreia pot achiziţiona multe informaţii. Din această cauză cercetătorii trebuie să fie precauţi în ceea ce priveşte reprezentarea vizuală a reţelelor de relaţii.

Grafuri-le prezintă toate relaţiile unor actorilor sociali. Chiar dacă unii actori nu sunt nominalizaţi, din relaţiile lor cu ceilalţi se poate deduce despre cine este vorba. De aceea este indicat să folosim nume doar în cazul în care lucrăm din baze de date publice, sau dacă avem acceptul tuturor actorilor pentru publicarea rezultatelor. Dacă acest lucru nu se întâmplă, atunci este mai corect, ca toată figura să fie anonimizată, adică toţi actorii sociali să fie prezentaţi cu coduri.

În cazul grafului, plasarea nodurilor şi a culorilor, de obicei, nu are nici o însemnătate. Actorii cercetaţi, însă, de regulă nu sunt iniţiaţi în teoria grafului, de aceea ei pot să atribuie importanţă până şi faptului că sunt plasaţi lângă un anumit alt actor, sau culorii punctuleţului care îi reprezintă. Pentru clarificarea situaţiilor de acest fel, este indicat să prezentăm figura actorilor sociali cercetaţi şi să clarificăm sursele posibilelor neînţelegeri, înainte de publicarea acesteia.

Atentatele din septembrie 2001 au atras atenţia diferitelor servicii de informaţii asupra importanţei colaborării şi a tehnicilor de siguranţă ale observării comunicaţiilor. Supravegherea nu întâmpină obstacole tehnice: cele mai multe servere ale lumii înregistrează traficul de date de tranzit (în multe ţări este o normă de lege). Verificarea relaţiilor interpersonale este mult mai uşoară datorită faptului, că după 2001 au luat naştere pagini de Internet care înregistrează relaţiile amicale pe baza de invitaţie, prezentându-le în forma unei reţea. Pe parcursul analizei traficului de date de pe internet şi a relaţiilor interpersonale, mulţi cercetători – fără să vrea - dezvoltă metode adecvate şi pentru supraveghere.

Abc-ul analizei de reţea

Ca şi în capitolele anterioare, Abc-ul – şi în acest caz doreşte să fie un ghid pentru cercetătorii care fac cunoştinţă pentru prima dată cu metodologia. Ţelul acestuia este să îl ajute pe cititor să treacă peste primii paşi, ceea ce fără acest ajutor ar fi destul de dificil şi de obositor, şi să îl ducă la un nivel de cunoştinţă de la care progresul individual este mai simplu. Spre deosebire de celelalte capitole, aici nu ne aşteptăm ca cititorul să aibă vreun fel de cunoştinţe preliminare. Din această cauză avem şi mai mare grijă să prezentăm procesul de planificare al cercetării de la bazele sale şi să prezentăm, în forma cea mai simplă, câteva tehnici de bază de analiză. Metoda prezentată aici poate fi adecvată pentru a însuşi temeiurile, însă pentru o cercetare adevărată este nevoie, fireşte, de studii ulterioare.

1. *Prima întrebare: analiză de capital de relaţie, ori analiză de reţea de relaţii?*

Conceptele cheie ale planificării unei cercetări sunt următoarele:

- alegerea de temă;
- alegerea unei mostre în cazul analizării capitalului de relaţie;
- cercetare cât mai amplă în cazul analizei de reţea de relaţii;
- analize ale capitalului de relaţie;
- analiza de reţea.
-

Pe parcursul analizei de reţea, la fel ca în cazul aplicării celorlalte metodologii, la alegerea temei este important ca cercetătorul să ia în considerare, în primul rând, caracteristicile specifice ale temei, necesităţile reale de informaţie şi nu metodologiile care sunt tocmai la modă.

La începutul cercetării, cercetătorul trebuie să decidă, mai întâi, dacă doreşte să facă o analiză de reţea sau o cercetare a capitalului de relaţie. Deşi există exemple, mai mult, în cadrul pachetelor de programe *Egonet* sau *Siena* există algoritmi predefiniţi care combină cele două proceduri de analiză, totuşi este indicat ca cercetătorul să aleagă în mod hotărât una din cele două. Dacă alegem cercetarea capitalului de relaţie şi analizăm o mostră reprezentativă luată dintr-o mulţime mare, atunci, de obicei, nu mai putem să obţinem date care se referă la întreaga reţea. Cele două direcţii de cercetare pot fi îmbinate doar dacă pornim de la o reţea interdependentă, în aceste cazuri, însă, analiza reţelei Ego nu ne oferă mai multe date decât cele care se pot observa, de altfel, şi din structura reţelei.

În cazul analizei capitalului de relaţie din date putem să creăm bază de date într-un mod asemănător efectuării analizelor analitice şi putem efectua analiza ,,convenţional" cu programul SPSS, sau cu altele.

În cazul analizei de reţea pornim dintr-o altă perspectivă, de la date de altă natură, şi realizăm tehnici de analiză specifice. Punctele următoare se ocupă doar cu analiza de reţea.

2. *Tehnici de culegere de date*

De reflectat:

- Să cercetăm mai mulţi sau mai puţini actori sociali?
- Definirea celor care sunt incluşi în cercetare
- Şansele şi pericolele luării unei mostre
- Tehnici de cercetare calitativă
- Tehnici de cercetare cantitativă
- Variabile dihotomice

O problemă cheie a analizei de reţea de relaţii este cum defineşte cercetătorul cercul actorilor sociali cu care doreşte să se ocupe. Într-o situaţie fericită obiectul cercetării este o mulţime care poate fi numărată şi care nu este foarte mare. Pe parcursul cercetării de aşezări o astfel de mulţime „transparentă" pot fi, de exemplu, localităţile unei întinderi mici sau unui judeţ, sau zonele unei aşezări mai mari. De multe ori, însă, cercetarea se referă la mulţimi mari, de exemplu, la personajele economice ale unei întinderi mici (totalitatea întreprinderilor, firmelor, organizaţiilor nonprofit). Deşi mulţimea nu este infinită, ar fi greu să culegem date despre fiecare actor social în parte, respectiv astfel culegerea de date nu ar fi destul de aprofundată, ar conţine doar date formale - adică ce am câştiga într-o parte, am pierde-o în cealaltă.

Mulţi sunt de părere că analizele de reţea se ocupă de preferinţă cu mulţimi mai mici, datorită faptului că metodologia nu este capabilă să opereze cantităţi mari de date. În realitate, atât algoritmii de analiză, cât şi softurile care stau la dispoziţie, pot să manipuleze o bază de date de orice mărime, iar în cazul problemelor de cercetare adecvate, există exemple pentru cercetarea reţelelor foarte mari, reţele de milioane sau miliarde de elemente. Cercetarea reţelelor mai mici în cazul problemelor sociale este indicată mai ales datorită caracteristicilor culegerii de date mai sus amintite şi a unor considerente teoretice. Pot exista, bineînţeles, şi probleme de cercetare în cazul cărora merită să ne preocupăm de o mulţime mai mare. Dacă cineva doreşte, de exemplu, să cerceteze relaţiile dintre oraşe înfrăţite, atunci de pe Internet cu uşurinţă poate să procure informaţii valide, de încredere referitoare practic la toate localităţile Europei, şi nu trebuie să-şi limiteze cercetarea doar pe anumite ţări, sau pe oraşele mai mari.

În cazul unei mulţimi mai mari deci, – în exemplul nostru: lumea firmelor, sau aşezările unei regiuni mai mari – cercetătorul de obicei este nevoit să-şi delimiteze aria cercetării. Pe parcursul cercetării unei aşezări, acest lucru este făcut, de regulă, pe baza următoarelor criterii:

- Cei mai importanţi actori sociali (de exemplu: primele 500 de firme în ierarhia veniturilor din încasări, sau aşezările cu populaţia de peste 1000 de locuitori),
- Un subgrup ales cu o coeziune mare, al cărui membri consideră că aparţin aceluiaşi grup şi exprimă acest lucru formal sau informal (de exemplu membrii unei alianţe al consiliilor locale într-un teritoriu mic, sau al unui cartel economic).
- Un bloc care se organizează în jurul unui centru, având situaţii asemănătoare (dar care nu sunt neapărat în relaţie una cu cealaltă), de exemplu o întreprindere mare şi cercul aferent de furnizori, sau o zonă de aglomeraţie.
- Metoda bulgărelui de zăpadă: pornind de la unii membri selectaţi la întâmplare din mulţimea aleasă, progresând pe relaţiile lor continuăm cercetarea până în momentul în care firele relaţiilor converg. Cu acesta asigurăm prezenţa celor mai importanţi actori în cercetare, şi în acelaşi timp putem să ajungem şi la personajele care ocupă o situaţie periferică în cadrul reţelei. Riscul acestei metode este că pot să rămână în afara cercetării blocuri întregi, cu tot cu actorul lor social central.

În afară de cele prezentate anterior pot exista, bineînţeles, şi alte criterii pentru delimitarea mulţimii pe care o vom cerceta.

Luarea de mostră, după cum am subliniat mai înainte, este în primul rând instrumentul cercetărilor de relaţii Ego. Totuşi datele obţinute dintr-o mostră reprezentativă, pot să dezvăluie unele caracteristici ale întregii reţele; se poate estima, de exemplu, saturaţia reţelei. Însă trebuie să avem mare grijă cu aceste estimări. Cercetările lui Albert László Barabási au atras atenţia tocmai asupra faptului că centrele unor reţele *independente de scară* sunt câteva puncte care dispun de multe relaţii, dar probabilitatea ca acestea să fie incluse într-o mostră reprezentativă este scăzută, deşi ele sunt definitorii în cea ce priveşte structura reţelei. (în legătură cu această temă vezi *scrierea în ramă*).

Recenzie la cartea[16] lui Albert László Barabási

Cartea lui Albert László Barabási intitulată *Linked* a fost unul dintre bestseller-urile din Statele Unite în anul 2003. Conform subtitlului cărţii din volum putem să aflăm „*cum se leagă toate lucrurile de toate şi ce înseamnă această ştiinţă pentru viaţa de toate zilele şi pentru lumea afacerilor*". Conform criticii (Cohen 2002[17]) care a apărut în revista New Scientist s-a descoperit o regulă care reglementează deopotrivă viaţa sexuală, funcţionarea proteinelor şi viaţa starurilor de cinema. Această regulă „atotputernică" este *independenţa de scară*. Mesajul cărţii pe scurt este acesta: urmând cercetările lui Pál Erdõs şi Alfréd Rényi, matematicienii s-au ocupat vreme îndelungată, mai ales, cu cercetarea *grafurilor întâmplătoare* - generate la întâmplare. Barabási indică faptul că în sistemele care se dezvoltă natural, relaţiile nu se creează în mod întâmplător, nou veniţii se leagă de centrele care au existat înainte (compară cu „dependenţa de drum sensibilă de relaţie" - Sik 2004[18]). Din această cauză cele mai multe relaţii din natură şi din societate vor avea o repartiţie de funcţie exponenţială. Din raţionamentul de mai sus urmează definiţia independenţei de scară**: „***În reţelele generate în mod întâmplător, vârful diviziunii numărului de grad arată că majoritatea punctelor au acelaşi număr de relaţii şi punctele care se abat de la general sunt foarte rare. Din această cauză în reţelele generate în mod întâmplător numărul gradului punctelor are o mărime caracteristică, o scară, care este definită de vârful graficului de divizare a numărului de grad şi pe care ni-l putem imagina cu ajutorul unui punct mediu. Spre deosebire de acesta, în cazul funcţiei exponenţiale, lipsa vârfului de divizare ne indică faptul că în reţelele adevărate nu există un punct tipic. Putem să observăm ierarhia continuă a punctelor, care se întind de la puţinele puncte centrale spre multe puncte mici. Cel mai mare punct central este urmat imediat de două sau trei puncte centrale puţin mai mici, după care urmează o duzină de puncte şi mai mici, şi aşa mai departe, în cele din urmă ajungem la multe puncte mici. Divizarea făcută cu ajutorul funcţiei exponenţiale ne obligă să uităm de noţiunea de scară sau punct caracteristic (...) În aceste reţele nu există o scară interioară. Din această cauză a început grupul meu să vorbească despre reţelele de diviziune a funcţiei exponenţiale ca reţea independentă de scară*".(Barabási 2003:6/2 verigă de lanţ.)

[16] Magyar Könyvklub(Clubul Cărţilor Maghiare), 2003. A apărut iniţial: Barabási Albert László: *Linked. The New Science of Networks*. Cambridge MA: Perseus Publishing, 2002. Acest text este un fragment din recenzia despre carte. Recenzia a apărut iniţial: László Letenyei 2003: A kapcsolatháló regénye. Recenzió Barabási Albert László: Behálózva c. könyvérõl.(Romanul reţelei interpersonale. Recenzie din cartea lui Albert László Barabási intitulată Linked). *Szociológiai Szemle*, 2003/1.

[17] Cohen, David 2002: All The World is a Net. New Scientist, 2338: 2002. IV. 13.

[18] Sik, Endre 2004: Network Dependent Path-Dependence. Paper Presented at: 24. International Sunbelt Social Network Conference, Portoroz.

Barabási şi grupul său de cercetare s-a ocupat şi cu descrierea caracteristicilor sistemelor independente de scară. Cea mai importantă constatare a lor s-a referit la cât este de robust sistemul. *„O eroare a punctelor nodale a unei reţele (generate la întâmplare) poate să rupă reţeaua în părţi izolate, care nu comunică una cu cealaltă.(...) (Însă) dintr-o reţea independentă de scară o mulţime de puncte pot fi îndepărtate la întâmplare, fără ca reţeaua să se rupă. O caracteristică diferită de cea a reţelelor generate în mod întâmplător, care nu a fost suspectată până acum, este abilitatea de tolerare a erorilor în cazul reţelelor independente de scară. Deoarece despre Internet, molecule şi reţelele de cunoştinţe se ştie că sunt independente de scară, aceste rezultate arată că bine cunoscuta abilitate de tolerare a erorilor este o caracteristică interioară a tipologiei lor*". (Barabási 2003:9/2 verigă de lanţ). Conform conceptului de cât este de robust sistemul, aşadar, şi centrele cu o circulaţie mare pot ţine sistemul întreg, dacă o mare parte a elementelor sistemului dispar. Însă în cazul unor atacuri în mod intenţionat aceste sisteme sunt fără apărare: după distrugerea unor centre sistemul poate să se destrame. *„Este bine de ştiut dacă omul este nevoit să depindă de aceste sisteme*" – observă Barabási, care arată că printre altele şi societatea şi corpul uman este o reţea independentă de scară.

Modalitatea luării de mostră determină într-o mare măsură instrumentele culegerii de date. În cazul mulţimilor mai mici, de obicei, sunt mai adecvate tehnicile calitative, cu ajutorul cărora în afară de existenţa, sau lipsa relaţiilor, se poate depista şi conţinutul real al relaţiilor, caracterul reciproc al acestora etc. Pe parcursul cercetării unei aşezări, în studiul relaţiilor dintre instituţii (de exemplu consiliile locale, organizaţii nonprofit etc.) rezultatele unui *şir de interviuri* pot fi deseori, surprinzătoare. Multe cooperări se bazează doar pe o înţelegere verbală, mai bine zis, pe o relaţie tradiţională de încredere, însă găsim şi exemple care dovedesc exact contrariul; din cauza proastei relaţii a primarilor, sau a localităţilor, cooperarea este doar formală, în ciuda existenţei protocolului de colaborare în scris. *Observaţia participativă* poate fi, de asemenea, un instrument util; de exemplu, în cazul cercetării traficului între zonele oraşului sau între localităţi, este indicat să observăm pe unde umblă oamenii dimineaţa şi seara, să cutreierăm împreună cu aceştia traseele caracteristice etc.

În cazul mulţimilor mai mari nu este util să folosim tehnici slabe /soft/ de cercetare, chestionarul sau folosirea unei baze de date publice poate fi instrumentul adecvat. În cazul chestionarului, nu merită să ne ocupăm cu conţinutul şi profunzimea unei relaţii. Întrebările de genul: „Cât de apropiaţi vă sunt rudele?" de obicei, se dovedesc neîndemânatice. La întrebarea „Care sunt cei mai importanţi parteneri/clienţi de afacere ai Dumneavoastră" în cele mai multe cazuri, primim răspunsuri îndoielnice, *ad hoc.* Este bine ca întrebările slabe să fie puse pe seama tehnicilor slabe; este mai indicat să facem o serie de interviuri cu un cerc mai restrâns de respondenţi - care completează un chestionar simplu şi clar, decât să ,,slăbim" chestionarul. Întrebările chestionarului să fie clare şi fără echivoc, pe cât posibil să pună întrebarea dacă există sau nu o relaţie cu persoana cercetată conform criteriului cercetat. Dacă ne bazăm pe date care au fost culese de altcineva (exemplu: datele instanţelor, ştiri din presă, membrii unei organizaţii) trebuie iar, să căutăm date „simple".

Problemele mai delicate, sensibile, pot fi şi ele cercetate şi cu tehnicile „tari". Cercetările *interlock*, de exemplu, se ocupă cu studierea problemei persoanelor care reprezintă ei înşişi relaţii între instituţii, adică există oameni care în calitate de reprezentant al unui grup politic sunt membrii corpurilor de control a mai multor firme, deşi între organizaţii nu există nici o relaţie formală. Rezultatele comparării cooperărilor potenţiale (avantajoase pentru fiecare) dintre aşezări sau instituţii, a acordurilor cadru şi a cooperărilor reale, pot fi, de asemenea, surprinzătoare.

Deja la faza culegerii datelor trebuie să luăm în considerare tehnicile de analiză şi interpretare pe care le vom folosi. De obicei, rezultatele pot fi analizate şi interpretate uşor, în cazul în care datele sunt *variabile dihotomice* (două valori), adică valoare de 0 sau 1. Existenţa unei relaţii între cele două personaje va fi semnificată prin cifra 1, iar 0 înseamnă că nu există o relaţie. Valorile multor metode de analiză sunt influenţate de valori care diferă de (0-1). Acest lucru înseamnă în unele cazuri surplus de analiză, însă în cele mai multe cazuri duce la rezultate lipsite de validitate. Acest manual se angajează doar la prezentarea analizărilor făcute cu variabile dihotomice**,** în primul rând, nu din cauze de întindere, ci datorită faptului că în practică, rar, se merită să fie folosit altceva. Unii ar folosi valorile care diferă de (0-1), de exemplu, numerele negative, pentru reprezentarea faptului cât este de solidă (tare) o relaţie, sau pentru reprezentarea direcţiei unei relaţii. Soliditatea relaţiei este o noţiune dificil de definit, măsurabilă pe o scară ordinală, şi de multe ori, nu merită să fie inclusă în analiza statistică. În cazul în care definim soliditatea unei relaţii prin *stratificare* (câte feluri de relaţii sunt între doi actori sociali, de exemplu prieteni şi colegi în acelaşi timp), atunci este indicat să facem câte o nouă matrice pentru fiecare criteriu şi să reprezentăm în fiecare matrice cu variabile dihotomice existenţa sau inexistenţa de relaţie. Dacă vrem să prezentăm *direcţia* relaţiei, atunci trebuie să completăm în aceeaşi matrice valorile de sub, sau deasupra diagonalei principale, în mod asimetric. În totalitate, pe parcursul cercetării trebuie să studiem existenţa relaţiei, însă soliditatea relaţiei şi direcţia acesteia este mai indicat să le cercetăm în mod calitativ şi să le interpretăm cu caracter descriptiv, fără analiză.

3. *Alcătuirea unei baze de date*

Când am scris aceste subcapitole am luat în considerare faptul că cercetătorul, care nu are de loc experienţă în ceea ce priveşte analiza de reţea, să se familiarizeze cu alcătuirea unei baze de date şi cu analizarea datelor încă de la primii paşi. Ca să fie şi mai simplu, prezentăm exemplele în versiunea pachetului de program *Ucinet 6 (Beta,* adică experimental) în zilele noastre cel mai răspândit soft utilizat în analiza de reţea. Familiarizarea este ajutată şi dacă cititorul achiziţionează fişierul de date – versiunea experimentală poate fi descărcată pe gratis – şi urmăreşte paşii în felul acela. În capitolul IX (*Literatura recomandată*) atragem atenţia cititorului asupra altor softuri care pot fi accesate.

La alcătuirea bazei de date cele mai importante probleme care pot apărea sunt următoarele:

- planificarea bazei de date
- întocmirea unui file(fişier)-cadru
- sensul relaţiilor
- matricea simetrică şi asimetrică
- rând, coloană
- introducerea datelor.

Tabelul-cadru al bazei de date pe care urmează să o alcătuim poate fi schiţată, încă, din momentul în care am definit actorii sociali, însă, neapărat înainte să începem să culegem date.

La alcătuirea unei baze de date a reţelelor de relaţii, trebuie să ne străduim să alcătuim o matrice pătrată (în formă de patrulater). Rândurile şi coloanele matricei noastre cvadrate să se refere la aceiaşi actori sociali, iar valorile matricei să prezinte relaţiile dintre aceştia. Relaţia dintre elementele matricei este de la rânduri spre coloane.

Pot exista cercetări în care nu ne interesează toate relaţiile, ci doar legăturile cu unele noduri bine definite (legături direcţionate spre anumite noduri evidenţiate ale reţelei). În aceste cazuri, unele coloane (sau cu excepţia câtorva, toate coloanele) pot fi omise. Acest lucru

nu este însă recomandat cercetătorilor neexperimentați, deoarece unele algoritme de analiză pot fi folosite doar în cazul unei matrice cvadrate - dau răspuns valid doar în cadrul unei matrice n*n. Cercetătorii fără experienţă să alcătuiască, mai bine, o matrice de date tip n*n, şi eventual să completeze unele coloane sau rânduri cu 0.

Primul rând şi prima coloană a tabelei se referă deopotrivă la primul element. În mod logic relaţia (relaţia cu sine însuşi) dintre primul rând şi prima coloană nu este o informaţie interpretabilă şi din această cauză va primi valoarea de 0. Deoarece acesta este adevărat şi în cazul celui de-al doilea actor social, diagonala principală a matricei va fi formată din zerouri. În principiu tabela-cadru va arăta astfel:

	1	2	...	n
1	0			
2		0		
...			0	
n				0

Dacă mai târziu, dorim să utilizăm Ucinet în analiză, este indicat să introducem datele în acesta de la bun început, deoarece datele pot fi copiate, dar chenarele nu. Dacă lucrăm într-un alt operator de baze de date trebuie să creăm o matrice asemănătoare. La redactarea fişierului-cadru prima dată să deschidem programul Ucinet.

Dintre icoanele prezente să deschidem iconul *tabel*. Fereastra care se deschide este operatorul de baze de date Ucinet. Dând un click pe marginea tabelului putem să scriem numele, iar în mijloc valoarea. Softul nu cunoaşte caracterele româneşti ca ă, â, ş etc. şi din această cauză numele să conţină, pe cât posibil, doar caracterele Abc-ului limbii engleze.

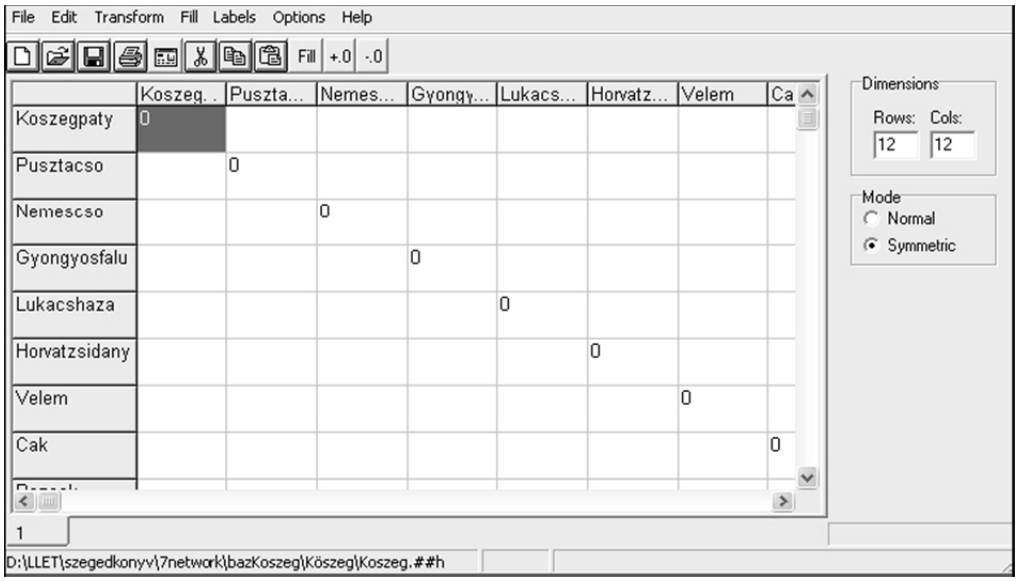


Fig. 7.2. ***Meniul şi icoanele fişierului de date Ucinet. Imaginea operatorului de baze de date Ucinet***

La început când, încă nu avem date, diagonala principală să o completăm cu zerouri. Este indicat să facem acest lucru datorită faptului că mai târziu, la introducerea datelor, (mai ales în cazul tabelelor mai mari) ne va ajuta să găsim locul unde am rămas. Pentru a da un exemplu folosesc datele unei cercetări mai vechi: date ale relaţiilor dintre aşezările microregiunii Kõszeg.[19]

[19] Kõszeg şi sectorul de atracţie al împrejurimii mici 1998. Manuscris. Pregătit pentru însărcinarea din partea Vasi Reginnov S.R.L. Pregătit de László Letenyei, Balázs Vedres şi Henrik Lénárd. Informaţia la care se referă de cele mai multe ori ca exemplu provine dintr-un sondaj reprezentativ al populaţiei unei împrejurimi mici.

Este timpul să ne gândim ce fel de relaţii definim dintre actorii raţelei. La cercetarea unor întinderi poate fi o întrebare de exemplu, unde şi de unde merg oamenii la lucru, unde şi de unde se mută, sau care sunt aşezările care împărtăşesc o instituţie comună etc. Pentru toate aceste situaţii trebuie pe urmă completată câte o matrice nouă. Pe parcursul cercetării unei aşezări – în funcţia problemelor cercetate - putem să întocmim 8-10, sau şi mai multe matrice. Este indicat să dăm un nume semnificativ fişierului, care ne ajută să recunoaştem uşor caracterul relaţiei. În loc de „oraş4.##h", de exemplu, este indicat să dăm un nume precum „naveta zilnică.##h". Acest sfat poate părea unora deranjant, din această cauză precizez: sunt conştient că Dumneavoastră, stimate cititor, aţi văzut, deja, un calculator şi aţi dat nume unor fişiere. În cazul programului Ucinet denumirea matricei de date are o importanţă deosebită deoarece pe parcursul analizei nu deschidem baza de date, însă, de fiecare dată când dăm o comandă trebuie să specificăm numele fişierului care dorim să fie analizat. În cazul altor baze de date acest lucru nu este neapărat astfel: acolo, de obicei, deschidem un fişier, analizăm potrivit criteriilor noastre, după care îl închidem şi nu este nevoie să căutăm în cazul fiecărei comenzi baza de date.

La completarea unei matrice trebuie să decidem, mai întâi, dacă folosim o modalitate *simetrică* sau *asimetrică.* În cazul modului asimetric direcţia relaţiei are sens, în cazul modului simetric nu putem să vorbim despre direcţii. De exemplu în cazul rudeniei, relaţia părinţi-copii este asimetrică, în timp ce relaţia dintre „soţi" sau „verişori" este simetrică. În lumea afacerilor, relaţia de parteneriat este simetrică, de furnizor asimetrică, în timp ce între aşezări reţeaua de drumuri este întotdeauna simetrică, traficul, în schimb, poate fi o relaţie asimetrică. La notarea relaţiilor regula este: „rând, coloană", adică relaţia arată dinspre rând spre coloană. Graful simplu de mai jos arată astfel în forma unei matrice:

	1	2	3	4
1	0	1		1
2		0		
3			0	1
4			1	0

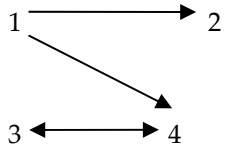


Fig. 7.3. ***Reprezentarea relaţiilor în forma unei matrice de date şi în forma unui graf***

Pe parcursul introducerii datelor, prima dată, să salvăm fişierul-cadru pe un nume nou, după care să alegem profilul simetric/asimetric (normal) în operatorul bazei de date Ucinet - în partea stângă a ecranului. Modul simetric uşurează într-o oarecare măsură introducerea datelor: completând combinaţia rând-coloană, apare şi combinaţia coloană-rând. Noile versiuni ale programului tratează, în mod automat locurile lăsate libere ca 0-uri, de aceea trebuie să notăm doar valorile de 1 acolo unde există relaţie.

Programul Ucinet face câte două fişiere pentru fiecare matrice, cu extensia *.##h şi *.##d. Când deschidem programul sunt vizibile doar fişierele *.##h. Aceste fişiere sunt compatibile doar cu unele programe de analiză de reţea, pe bază de mutualitate. Programul nu poate să deschidă fişiere de altă extensie, ca de exemplu, *.xls sau *.sav. Cu toate acestea, datele pot fi dactilografiate şi în alte softuri operatoare de bază de date. Dacă baza de date este gata, atunci cu comanda „copiază-lipeşte" putem să o punem în fişierul Ucinet.

4. *Vizualizare*

Este indicat să vizualizăm baza de date dactilografiată, adică să schiţăm un graf. Reţelele simple sunt mai uşor de parcurs în forma unui graf - în mod grafic - decât în forma unei matrice, atât de către cercetători cât şi de către cititori. În acest manual ne referim doar tangenţial la

manipularea datelor sub forma grafurilor şi a matricelor şi ne ocupăm mai ales cu prezentarea sarcinilor practice ale desenării grafurilor. Programele NetDraw, Pajek şi Mage prezentate în acest capitol pot fi manipulate şi individual, însă dacă analizăm cu Ucinet este mai uşor să le copiem din Ucinet.

Principalii paşi:

- Schiţarea grafului cu programul NetDraw
- Posibilităţile grafice Pajek
- Posibilităţi 3D cu programul MAGE
- Graful ca o grafică: forma, culoare, inscripţiile
- Ce fel de mesaj dorim să sugerăm?
-

Schiţarea imaginii grafice a reţelei de către cercetător de multe ori poate fi generatoare de idei, merită deci, ca analiza să înceapă cu acest lucru. În primul rând, să închidem matricea de date făcută, după care să alegem dintre icoanele meniului Ucinet penultimul icon (NetDraw, vezi figura 1.), alegând acesta apare o nouă fereastră. Aici să alegem meniul *File – Open – Ucinet Dataset – Network* (sau să alegem iconul deschis) apare iarăşi o nouă fereastră. Să alegem unul dintre bazele de date şi să lansăm comanda Open. Netdraw va desena imaginea reţelei.

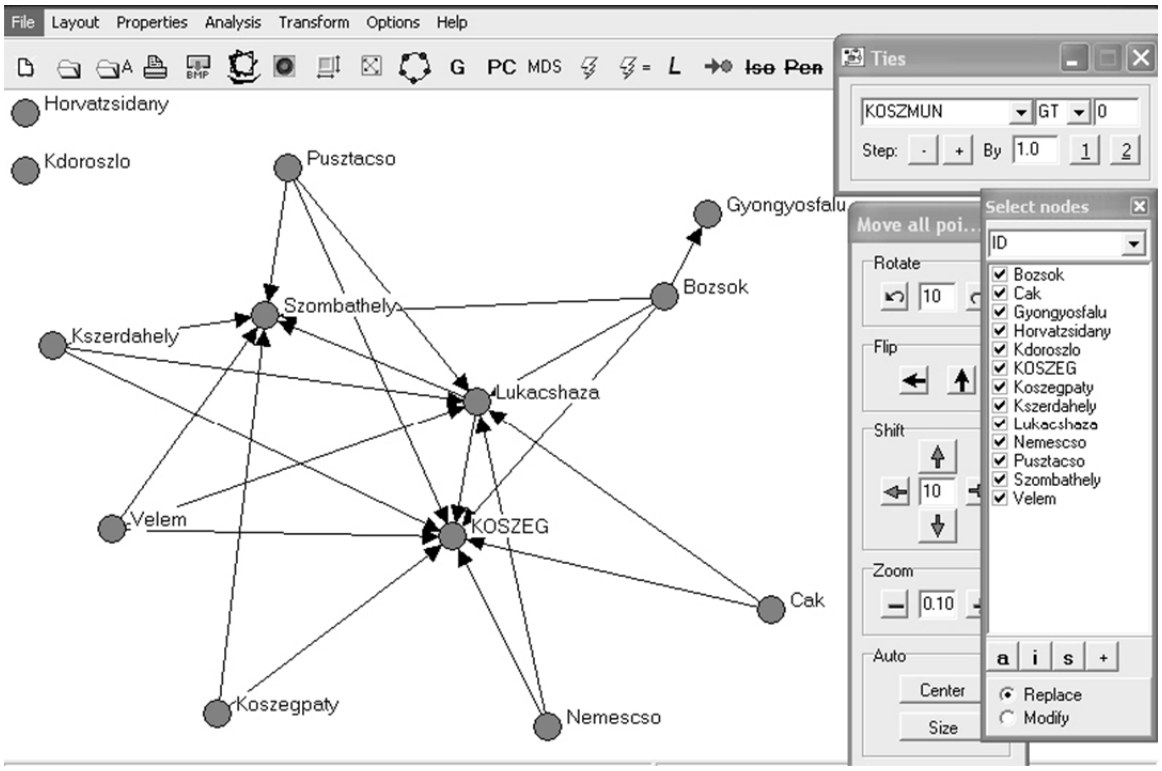


Fig. 7.4. ***Desenare cu NetDraw. Exemplu: unde şi de unde au umblat oamenii la lucru în zona Kõszeg, în 1998***

Uitându-ne la această ilustraţie, *se vede,* că această microregiune - după criteriul locului de muncă - este puternic centralizată. Actorii centrali sunt Kõszeg, într-o măsură mai mică Lukácsháza, respectiv Szombathely. Szombathely, bineînţeles, nu este o parte a întinderii mici, este prezent în baza de date datorită faptului că exercită o influenţă majoră asupra pieţei forţei de muncă.[20]

[20] Datele care se referă la populaţia întinderii mici provin din cercetare reprezentativă făcută cu metoda chestionarului. Am pus întrebarea într-o formă deschisă („Dumneavoastră unde lucraţi?"), pe care l-am codificat cu numele aşezării, în afară de situaţia în care actorul social a lucrat în Austria, în acest caz ţara. Dacă răspunsul dat s-a referit la locul de muncă, atunci i-am întrebat unde se găseşte acest loc de muncă şi tot aşa am dat un cod

Din imagine *se vede* şi din care localităţi merg oamenii la Kõszeg să lucreze, din ce parte merg oamenii deopotrivă la Kõszeg şi Lukácsháza etc.

Putem să citim toate aceste informaţii de pe imagine datorită faptului că NetDraw este un soft care analizează în timp ce desenează: face o serie de operaţii repetitive (iteraţii) ca în cele din urmă actorii sociali care se găsesc în aceeaşi situaţie să ajungă unul lângă celălalt. În conceptul de bază actorii sociali centrali se vor găsi în mijloc, în jurul acestora ajung actorii sociali care sunt în relaţie cu acestea, actorii care se leagă de acelaşi membru ocupă poziţie alăturată, iar actorii sociali izolaţi în colţul de sus din stânga. Putem să regrupăm imaginea grafică pe baza altor criterii, de exemplu, ca actorii sociali să fie în cerc sau grupându-i conform scalării multidimensionale. Putem să intervenim şi manual şi să mai alterăm imaginea, dacă prindem cu *mouse*-ul punctele şi le tragem într-o anumită parte - în acest caz şi legăturile de relaţie vor fi, bineînţeles, alungite. Dacă imaginea este precum am dori-o putem să o salvăm ca un fişier de imagine (*Save diagram as*).

Părerile induse de imaginea grafică, trebuie să le confirmăm, bineînţeles, şi cu metode de analiză matematico-statistice. În cazul unui număr mic de elemente, precum în cazul exemplului nostru, putem să ne formăm nişte opinii,bănuieli şi prin *„metoda privirii"*, însă în cazul unui număr mai mare de elemente, în cazul mai multor sute sau mai multor mii de relaţii, imaginea grafică este de nepătruns, din această cauză chiar şi bănuielile noastre trebuie să se bazeze pe analiza cu ajutorul matricelor.

În timp ce NetDraw este prin excelenţă un pachet de programe grafice, cu posibilităţi de analiză limitate, programul sloven *Pajek* este un software matematico-statistic, care este capabil să facă analiză de reţea, pe deasupra asigură posibilităţi grafice asemănătoare ca NetDraw. Dacă alegem din icoanele Ucinet meniul „păjanjen otrăvitor" apare o nouă fereastră cu numele de *Export to Pajek*. Dacă alegem cele trei puncte din rândul de sus (*import dataset*) putem să căutăm şi să alegem baza de date pe care o dorim. Lansăm comanda (*Ok*), după care permitem descărcarea programului Pajek. În acest moment apar două ferestre noi, trebuie să alegem cel pe care scrie Pajek. În rândul de sus se poate vedea că programul a deschis baza de date căutată. Am putea să analizăm datele în Pajek, însă acest manual nu se ocupă cu posibilităţile de analiză a programului Pajek. Pentru reprezentarea grafică trebuie să alegem meniul *Draw-Draw*. Alegând acesta apare o nouă fereastră, sus cu meniuri, sub acesta o figură gri, asemănătoare celei de dinainte. Pajek este un soft potrivit pentru analiza şi desenarea reţelelor mari, din această cauză grafica ca setare de bază desenează nişte punctuleţe şi nu prezintă etichete. Dacă dorim să schimbăm ceva, în meniul *Options* putem să alegem dintre posibilităţile de setare: setarea etichetelor, direcţiilor, mărimilor etc. Imaginea gata făcută poate fi salvată din meniul *Export* în format grafic (vezi pagina următoare).

---

aşezării. Dacă răspunsul a fost „acasă", „local" etc. le-am dat, bineînţeles, codul aşezării în care am primit acest răspuns. Rezultatele arată că în afară de localităţile aşezării mici, doar Szombathely reprezintă o importantă influenţă de atragerea a forţei de muncă, celelalte ţinte nu au ajuns la pragul în care le-am fi introdus în analiză.

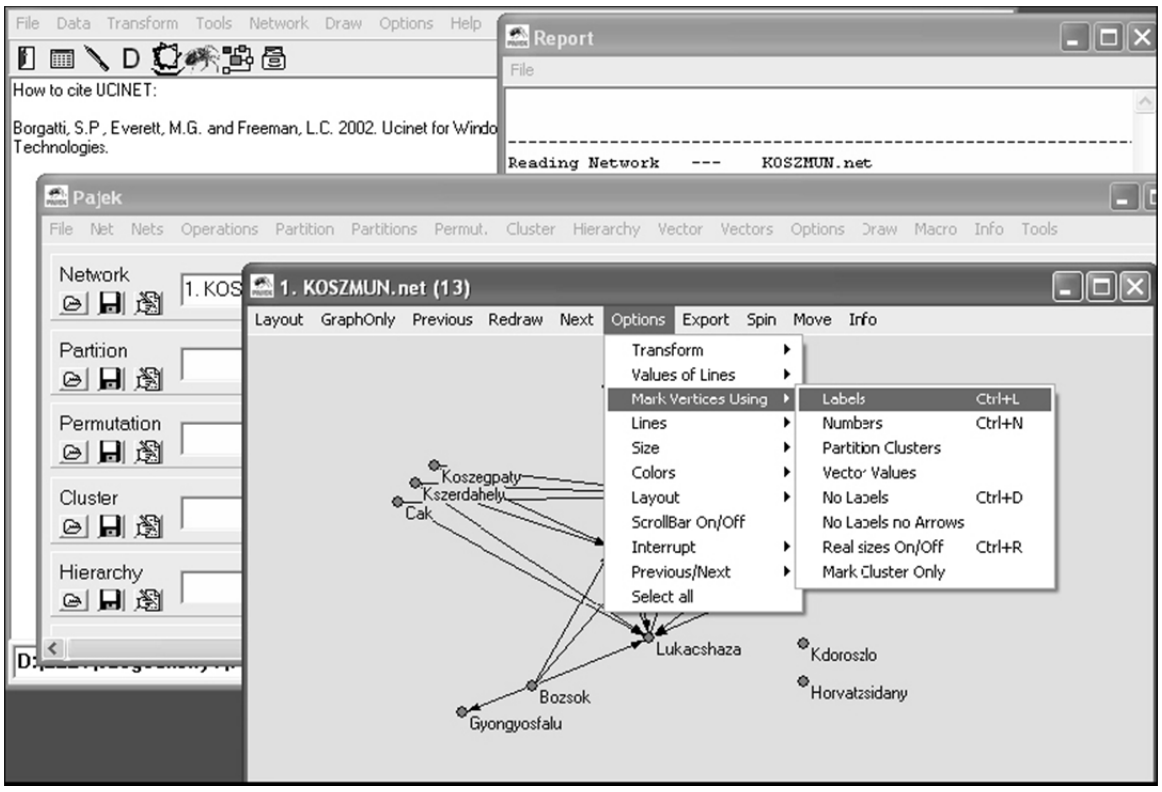


Fig. 7.5. ***Desenare cu Pajek. Exemplu: unde şi de unde plecat oamenii la lucru în zona Kõszeg, în 1998***

Fişierul de date *Mage* a fost creat iniţial pentru ajutarea cercetărilor microbiologice. Compuşii organici ai biochimiei alcătuiesc lanţuri lungi şi complexe, pe care cercetătorilor le-a fost greu să le vizualizeze. Machetele moleculelor sunt un mare ajutor cercetătorului, deoarece acesta poate să o privească, să o rotească, poate să analizeze aşezarea spaţială a anumiţilor atomi etc. Mage creează, în principiu, macheta legăturilor în spaţiu şi prezintă proiecţia lor pe un mic monitor. Figura Mage are efect tridimensional, poate fi învârtită, iar proiecţiile pot fi salvate ca fişiere de imagine. Pentru o înţelegere mai uşoară unii actori sociali pot fi etichetaţi.

Mage poate fi deschis prin alegerea reţelei în formă de cerc dintre icoanele Ucinet, asemănător Pajek-ului. Pe fereastra care se deschide în mijloc se poate vedea figura pe un fundal negru, în partea dreaptă meniurile. Cu meniul putem să lansăm şi să închidem etichetele, reprezentarea nodurilor sau a muchiilor, putem modifica contrastul imaginii, putem să vedem de aproape un amănunt. Putem să schimbăm direcţia imaginii prin atingerea fundalului negru, uitându-ne la imagine dintr-un nou unghi. Nu putem, însă, să schimbăm forma grafului, nodurile nu pot fi aşezate alt undeva. Acest lucru este o problemă, mai ales în momentul în care într-o reţea de saturaţie mare există câţiva actori sociali izolaţi. Algoritmul grafic al fişierului de date Mage consideră elementele îndepărtate ca un grup separat, şi împarte spaţiul în mod egal între grupuri. Ca rezultat, înghesuie reţeaua de saturaţie mare într-o grămadă mică în mijlocul ecranului, din care nu putem să desluşim nimic. Din această cauză Mage poate fi folosit mai ales în cazul în care dorim să reprezentăm o reţea cu saturaţie mică, cu elemente puţine, în care nu reprezentăm elementele izolate, adică elementele fără relaţie. Mage merită să fie folosită nu numai datorită faptului că putem să contemplăm reţeaua din mai multe perspective, ci şi datorită faptului că graficele 3D arată bine în viitorul nostru studiu.

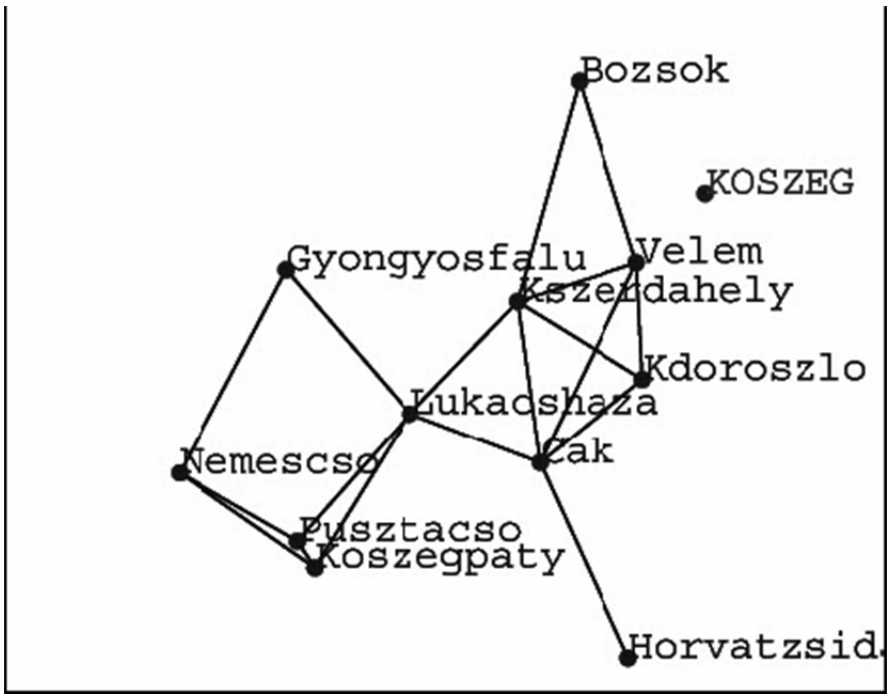


Fig. 7.6. ***Programul Mage. Exemplu: unde şi de unde se mută oamenii în zona Kõszeg***

Rolul vizualizării este, în primul rând, ca rezultatele unei cercetări să le putem publica în formă simplă, inteligibilă. Figura 7.2. a prezentat elementele unei reţea compusă din patru elemente în forma unui graf şi a unei matrice. Putem să ne convingem de faptul că *la prima vedere* un graf ne spune mult mai multe decât o matrice. Această caracteristică a grafurilor este un avantaj - mai ales în cazul cercetărilor aplicate. În cazul unui plan de dezvoltare, ordonatorul lucrării şi colegii de la serviciile de specialitate, foarte probabil, nu se vor adânci în interpretarea matricelor de date; ei vor nişte comunicări clare, transparente.

Graful este util atunci, dacă oglindeşte exact ceea ce dorim să spunem. Prima dată trebuie să decidem, aşadar, ce fel de mesaj dorim să transmitem pe baza analizei. După faza de analiză, profitând de posibilităţile grafice ale softurilor prezentate, este indicat să creăm diagrame noi, ilustrative, care-şi pot schimba forma, culorile şi inscripţiile. Printre studiile de caz prezentăm câteva vizualizări de acest fel, care prezintă reţeaua de relaţii din învăţământul superior din Ungaria.

5. *Măsurarea densităţii*

În cazul grupurilor mici de reţea, uitându-ne la figura de relaţie, ne formăm deja nişte idei despre structura reţelei. În aceste cazuri rolul diferitelor calcule este să confirme, sau să ne infirme aceste presupuneri. În cazul unui număr mare de elemente (reţea de dimensiuni mari) chiar şi presupunerile pot să apară doar în urma procedurilor de analiză efectuate. În cele ce urmează, pe un exemplu cu puţine elemente, prezentăm nişte indice (numere) de măsurare a saturaţiei (densitate) - pe baza matricei de date, care ilustrează naveta zilnică a forţei de muncă în microregiunea Kõszeg.

Concepte cheie:

- densitate
- densitatea reţelei
- densitatea reţelei Ego.

Densitatea reţelei reprezintă proporţia dintre muchiile (legături) existente şi cele posibile. Într-o reţea cu *n* elemente numărul legăturilor posibile este de n*(n-1). Dacă toate legăturile posibile există în realitate, adică toată lumea este în relaţie cu toată lumea, atunci valoarea saturaţiei este egală cu 1. Dacă saturaţia are valoarea „0" înseamnă că nimeni nu este în relaţie cu nimeni. Valoarea saturaţiei este întotdeauna un număr între 0 şi 1, a căror valori mai ridicate reprezintă o saturaţie de reţea mai mare.

Densitatea unor noduri poate fi socotită în mod asemănător densităţii întregii reţele, iar acesta este proporţia dintre legăturile reale a unor noduri şi totalul legăturilor posibile. Matricea, după cum am specificat înainte, poate fi simetrică sau asimetrică, funcţie de faptul dacă legăturile sunt dirijate sau nu. În cazul matricei asimetrice trebuie să decidem dacă vrem să măsurăm saturaţia nodurilor pe baza rândurilor, sau a coloanelor, respectiv pe baza liniilor care intră, sau care ies. Numărul legăturilor unor actori, în limbajul profesional, este *grad-ul* punctului, iar numărul liniilor care intră şi ies sunt *semigrad*-ul *exterior* şi *interior.*

În meniul fişierului de date Ucinet cu comanda *Tools – Statistics – Unvariate* alegem calculaţia saturaţiei. Din rândul al doilea al ferestrei care apare putem să alegem dacă dorim să fie făcută saturaţia întregii matrice sau doar a unor elemente conform rândurilor sau coloanelor. Următorul raport Ucinet conţine datele cele mai importante care se referă la întreaga matrice. Baza de date se referă la naveta zilnică a localnicilor din împrejurimile aşezării Kõszeg, adică din care localităţi şi unde umblă oamenii să lucreze.

Dintre rândurile de deasupra tabelului, unul *(Diagonal valid? No*) semnalează că diagonala principală, legătura cu sine însuşi, în cazul de faţă angajatul care lucrează în aşezarea în care locuieşte, nu o interpretăm.

Prima valoare (media, *mean)* a tabelului-raport este saturaţia. Valoare de 0,135 arată că dintre posibilele legături în realitate există 13,5%. Cu privire la naveta zilnică a împrejurimilor aşezării Kõszeg acest lucru înseamnă că din cele mai multe aşezări oamenii nu fac naveta în alte aşezări, 87% dintre drumurile de navetă posibile în realitate nu există.

Dispersia standard a datelor *(Std. Dev.)* arată ce diferenţe se arată în acest domeniu între diferitele aşezări. Dacă legăturile ar fi divizate în mod egal, adică în exemplul nostru, în fiecare aşezare ar veni oameni din tot atâtea aşezări şi invers, dispersia ar fi 0.

```
UNIVARIATE STATISTICS
-------------------------------------------------------------------------------

Dimension: MATRIX
Diagonal valid? NO
Input dataset: D:\...\KOSZMUN

Descriptive Statistics

 1
 -------
 1 Mean 0.135
 2 Std Dev 0.341
 3 Sum 21.000
 4 Variance 0.116
 5 SSQ 21.000
 6 MCSSQ 18.173
 7 Euc Norm 4.583
 8 Minimum 0.000
 9 Maximum 1.000
 10 N of Obs 156.000

Statistics saved as dataset D:\...\UnivariateStats

---------------------------------------
Running time: 00:00:01
Output generated: 28 mar 04 21:11:25
Copyright (c) 1999-2004 Analytic Technologies
```

Valoarea dispersiei poate fi interpretată în comparaţie cu media generală. În acest caz împrăştierea este de 0,341, adică de două-trei ori mai mare decât media generală, acesta este considerată foarte mare, ceea ce înseamnă că legăturile sunt divizate deosebit de disproporţionat. Acesta înseamnă în exemplul nostru, că aşezările întinderii mici în care am făcut cercetarea au un rol inegal pe piaţa forţei de muncă.

„*Sum*" reprezintă numărul total al legăturilor, în cazul nostru există 21 de relaţii între aşezări. Pe baza acestui lucru am putea să socotim valoarea saturaţiei şi cu un raport: valoarea saturaţiei=legături existente/posibile, în cazul celor 13 aşezări 21/13*12=0,1346.

Ultima valoare a coloanei, număr cazuri (*N. Of observations*), fiind vorba de analiza de reţea, nu se referă la actori sociali, ci la legături . În cazul celor 13 aşezări, numărul legăturilor *diadă* n*n-1, adică 13*12, în cazul nostru 156.

Celelalte informaţii, de obicei, nu au prea mare semnificaţie. *Varianţa* este pătratul dispersiei, suma la pătrat (*Ssq*: sum of squares) în cazul unei variabile dihotome este aceeaşi ca „sum", iar valorile minime şi maxime sunt, bineînţeles, 0 şi 1, deoarece doar aceste două valori există în matricea noastră de date.

```
Dimension:                  COLUMNS
Diagonal valid?             NO
Input dataset:              D:\...\KOSZMUN

Descriptive Statistics
```

	1 Koszeg	2 Puszta	3 Nemesc	4 Gyongy	5 Lukacs	6 Horvat	7 Velem	8 Cak	9 Bozsok	10 Kszerd	11 Kdoros	12 KOSZEG	13 Szomba
1 Mean	0.000	0.000	0.000	0.083	0.500	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.667	0.500
2 Std Dev	0.000	0.000	0.000	0.276	0.500	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.471	0.500
3 Sum	0.000	0.000	0.000	1.000	6.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	8.000	6.000
4 Variance	0.000	0.000	0.000	0.076	0.250	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.222	0.250
5 SSQ	0.000	0.000	0.000	1.000	6.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	8.000	6.000
6 MCSSQ	0.000	0.000	0.000	0.917	3.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	2.667	3.000
7 Euc Norm	0.000	0.000	0.000	1.000	2.449	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	2.828	2.449
8 Minimum	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
9 Maximum	0.000	0.000	0.000	1.000	1.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	1.000	1.000
10 N of Obs	12.000	12.000	12.000	12.000	12.000	12.000	12.000	12.000	12.000	12.000	12.000	12.000	12.000

Dacă în baza de date există şi alte valori în afară de 0 şi 1 atunci algoritmul care măsoară densitatea nu funcţionează corect, adică nu ne va da raportul dintre legăturile posibile şi cele reale, ci un rezultat ininterpretabil. Este interesant să vedem, cât de diferite sunt rezultatele, dacă într-o simplă bază de date în locul cifrei 1 scriem o altă valoare. Acest lucru, de altfel, este adevărat în cazul tuturor procedeelor pe care le prezentăm în acest manual, toate funcţionează corect doar cu variabile dihotome. Exemplul nostru s-a referit doar la cele 13 aşezări ale unei întinderi mici. Acum să ne imaginăm, că în cazul unei mulţimi imense, primim un rezultat asemănător. Fără îndoială informaţia primită nu ar spune prea multe, însă ar putea să ne sugereze următoarea întrebare: dacă legăturile într-adevăr sunt divizate în mod inegal între actori, atunci care sunt oare centrele de legătură. O altă întrebare: ceilalţi actori sunt periferici în aceeași măsură sau există şi aici diferenţe. Aplicând acestea la exemplul nostru: există un singur centru al forţei de muncă în zonă, sau mai multe; există, sau nu diferenţe din perspectiva navetei zilnice între unele aşezări. Pentru a răspunde la aceste întrebări, este nevoie să efectuăm analiza *densităţii reţelei Ego.* La măsurarea *densităţii reţelei Ego* trebuie să decidem dacă cercetăm pe baza rândurilor sau a coloanelor, adică pe baza semigradelor exterioare sau interioare. Dacă – în exemplul nostru – suntem dornici să aflăm care localitate joacă rolul de centru al pieţei forţei de muncă, unde merg oamenii la lucru, atunci trebuie să facem o statistică conform coloanelor.

Din baza de date se vede clar că saturaţia aşezării Kõszeg conform semigradului interior este de 66,7% , adică din o treime a aşezărilor microregiunii oamenii se duc la Kõszeg să lucreze. Din jumătatea aşezărilor umblă la Szombathely şi la fel din jumătatea aşezărilor la Lukácsháza. La celelalte aşezări practic, nu se duc de nicăieri, naveta zilnică spre centre este unilaterală.

6. *Măsurarea centralităţii*

Indicele de măsurare al *centralităţii* funcţionează pe un principiu asemănător saturaţiei reţelei Ego. Saturaţia măsoară proporţia legăturilor reale şi posibile, iar centralitatea măsoară câte legături deţine un actor anume dintre legăturile existente real. Ne dăm seama uşor, că centralitatea a fost inventată anume pentru analiza reţelei Ego: în cazul unei reţele întregi, proporţia legăturilor reale ar trebui comparate cu sine însuşi, adică valoarea ar fi 1. Centralitatea măsoară, în primul rând, particularitatea de reţea Ego, cuprinde, însă, şi informaţii care se referă la întreaga reţea. Hanneman (2001: 60)[21] consideră centralitatea ca fiind una dintre cele mai importante valori numerice din sfera ştiinţelor sociale, după părerea lui, centralitatea este indicatorul de măsurare al coeziunii şi al puterii sociale.

Concepte cheie:
- centralitate (*centrality*);
- grad
- număr de grad Freeman
- apropiere
- *betweenness*
- vector propriu
- indicele de putere Bonachich (*Bonachich power*).

Cel mai evident indicator de măsurare al centralităţii compară numărul legăturilor (grade) unor puncte cu toate legăturile. Acesta este numit grad de centralitate (*degree centrality*). Indicatorul de măsurare a fost nuanţat de sociologul Linton Freeman (1979)[22], în practică folosim, de obicei, *grad de centralitate a lui Freeman* (*Freeman's degree centrality*).

În cazul relaţiilor dirijate, pe baza *grad*-ului, putem să precizăm care actor social are *prestigiu* ridicat (care are un *semigrad interior* mai mare decât *exterior*) sau o *influenţă* mare (*semigrad exterior* mai mare decât cel *interior).*

În afara gradului de centralitate, stau la dispoziţie mai mulţi indicatori de măsurare. Dintre operaţiile care pot fi efectuate cu Ucinet, cu indicatorii de măsurare (pe numele lor în limba engleză) *reach centrality, flow betweenness, power, information şi influence centrality* nu ne ocupăm în acest manual din cauza problemelor de amploare.

Rezultatul următor l-am obţinut din matricea de date deja prezentată despre navetiştii microregiunii Kõszeg. Din meniul Ucinet am dat comanda *Network – Centrality – Multiple measures*. În acest caz programul socoteşte centralitatea bazându-se pe patru algoritmi: gradul Freeman (*degree*), apropiere (*closeness*), *betweenness* şi vector propriu (*eigenvector).*

[21] Hanneman, Robert A. 2001: *Introduction to Social Network Methods*. Riverside: University of Caifornia.
[22] Freeman, Linton M. 1979: Centrality in Social Networks: Conceptual Clarification. In: Social Networks 1:215-239.

```
MULTIPLE CENTRALITY MEASURES
------------------------------------------------------------------------------

Input dataset:                D:\...\KOSZMUN
Output centrality measures:   D:\...\Centrality

Normalized Centrality Measures
```

		1	2	3	4
		Degree	Closeness	Betweenness	Eigenvector
1	Koszegpaty	16.667	26.667	0.253	24.394
2	Pusztacso	25.000	27.273	0.253	38.828
3	Nemescso	16.667	26.667	0.000	27.851
4	Gyongyosfalu	8.333	23.529	0.000	8.501
5	Lukacshaza	66.667	31.579	16.162	68.943
6	Horvatzsidany	0.000	7.692	0.000	0.000
7	Velem	25.000	27.273	0.253	38.828
8	Cak	16.667	26.667	0.000	27.851
9	Bozsok	33.333	28.571	13.889	40.607
10	Kszerdahely	25.000	27.273	0.253	38.828
11	Kdoroszlo	0.000	7.692	0.000	0.000
12	KOSZEG	66.667	31.579	20.455	64.090
13	Szombathely	50.000	30.000	9.091	52.429

Pe parcursul tehnicii, algoritmul nu include direcţiile legăturilor în analiză, adică matricea devine simetrică. Din această cauză tehnica – după cum vom vedea – este practic nepotrivită pentru analiza unui exemplu concret, adică pentru cercetarea legăturilor ale pieţei forţei de muncă dintr-o întindere mică.

Cititorii acestui manual, în cele ce urmează, se vor instrui în mod autodidact. Se ştie, că în această situaţie, omul, de cele mai multe ori învaţă din propriile greşeli; de exemplu, când suspectează, că valorile analizei contrazic rezultatele scontate de pe urma unor considerente raţionale. Sperăm că exemplul „incorect" de faţă este mai aproape de realitate şi din această cauză se pot învăţa mai multe din acesta, decât dintr-o analiză adecvată. După analizele „incorecte" prezentăm şi o analiză „corectă", acela, însă, doar cu o singură modalitate de măsurare.

În cazul operării cu metoda centralităţii bazată pe gradul Freeman se scade din cel mai înalt grad constatat suma diferenţelor celorlalte grade (numărător), iar rezultatul se împarte cu cea mai mare diferenţă teoretic posibilă (numitor). Coeficientul este standardizat, valoarea este 1, în cazul când un actor central ţine laolaltă o reţea şi valoarea este 0, atunci, dacă fiecare actor deţine exact acelaşi număr de legături. (cercetătorilor începători le este, de obicei, mai uşor să opereze cu date nestandardizate, adică să cerceteze numeric *semigradele exterioare şi interioare*). Pe baza rezultatelor, Kõszeg şi Lukácsháza dispun de o reţea a pieţei forţei de muncă locale mai amplă, decât Szombathely. Unele sate dispun de o valoare de 0,25-0,33, altele de 0,16. Pe baza rezultatelor, centralitatea aşezării Kõszeg nu pare a fi din cale afară de mare, ca şi în cazul rezultatelor de saturaţie. Rezultatele ne indică o piaţă a forţelor de muncă echilibrată unde mulţi merg să lucreze în multe locuri. Trebuie să ne dea de bănuit! Aceste rezultate bizare apar datorită transformării legăturilor în legături simetrice. În realitate către Lukácsháza se face naveta chiar din atâtea aşezări ca şi către Szombathely, numai că şi din Lukácsháza se duc la lucru în altă parte, fapt ce nu este arătat în mod clar de analiza simetrică. Algoritmul de analiză diminuează şi rolul de conducere al aşezării Kõszeg: deşi în întinderea mică are relaţie aproape cu toate localităţile şi celelalte aşezări au în mod caracteristic 2-3 relaţii, astfel avansul nu este evident. Atunci s-ar evidenţia, dacă am lua în considerare şi direcţia legăturilor şi ar ieşi la iveală că toate legăturile aşezării Kõszeg se direcţionează spre interior (*semigrad interior*), iar legăturile celorlalte aşezări spre exterior (*semigrad exterior).*

Prima critică adusă gradului de centralitate a specificat faptul că indicatorul de măsurare, nu măsoară decât legăturile directe, lăsând deoparte „legăturile legăturilor".

Distanţa geodezică dintre două puncte indică prin câţi actori pot să vină în contact cele două puncte unul cu altul. Două puncte sunt *apropiate* într-o reţea dacă se ating dintr-un (sau cât mai puţine) pas(i). *Centralitatea de apropiere* observă din câţi paşi ajunge punctul desemnat la toate punctele reţelei, comparând acest lucru cu parametrii asemănători ai tuturor punctelor (adică cu suma *distanţelor geodezice*). Centralitatea de apropiere a unei reţele Ego este mare în cazul în care poate să ajungă la cei mai mulţi actori direct, sau în puţini paşi, iar alţi actori nu pot. Răsfoind la figura 7.4. sau amintindu-ne de indicatorul densităţii reţelei Ego, putem să concludem că Kõszeg şi Szombathely trebuie să aibă o centralitate deosebită. Însă conform rezultatelor prezentelor analize, centralitatea de apropiere a tuturor aşezărilor este în jur de 30%. Când observăm ceva de acest gen este timpul să ne îndoim de rezultate! Explicaţia: algoritmul nu funcţionează în cazul în care în reţea există şi actori izolaţi. Se poate vedea, de exemplu, că în cazul nostru Horvátzsidány (de unde nimeni nu merge la lucru într-o altă localitate şi unde nu se merge la lucru dintr-o altă aşezare) a primit o valoare de centralitate de apropiere considerabilă. Acest lucru prezintă bine că acest rezultat este nul. Procedura ar trebui repetată după ce am şters rândurile şi coloanele actorilor izolaţi din matricea de date.

Centralitatea *între puncte* (*betweenness*) se bazează pe o consideraţie total diferită: presupune că un actor social are succes într-o reţea datorită faptului că are un rol de intermediar între două grupuri. Rolul de intermediar nu înseamnă neapărat un rol central, deşi şi acest lucru este posibil. În cazul de faţă între diferitele grupuri de navetă dintre aşezări, în afară de Kõszeg şi Lukácsháza, Bozsok pare să aibă un rol de intermediar. La interpretarea acestui exemplu să nu uităm că am presupus că relaţiile sunt simetrice, deşi în realitate sunt relaţii dirijate! Dacă comparăm rezultatele cu figura 7.4. vedem imediat că interpretarea nu este corectă, Bozsok este o localitate ofertantă netă de forţă de muncă. Acest rezultat va apărea în cazul analizei repetate în mod asimetric. De altfel, dacă ar fi vorba de o relaţie simetrică (ne-am uita de exemplu la o hartă a reţelei drumurilor), atunci rezultatul ar oglindi realitatea, deoarece Bozsok ar fi singurul intermediar (să ne uităm la figură) între Gyöngyösfalu şi lumea din afară.

Inventatorul centralităţii socotită pe baza *vectorului propriu (eigenvector)* este sociologul Phillip Bonachich[23](1987), şi această centralitate este numită după inventatorul său *centralitatea Bonanchich sau indicatorul de putere al lui Bonanchich (Bonachich power)*. După cum indică şi denumirea de vector propriu, analiza factorială este cea care stă la baza algoritmului. Această procedură se bazează pe un concept asemănător apropierii, însă are în vedere mai mult întreaga reţea, decât mediul local. Aceste avantaje se afirmă doar în cazul reţelelor mari, în cazul reţelelor mici între valorile vectorului propriu şi valorile centralităţii de apropiere diferenţa este minimă. În cazul de faţă poate fi constatat, însă, că *indicatorul de putere Bonachich* stă mai aproape de rezultatul raţional, decât centralitatea de apropiere. Acest lucru se întâmplă datorită faptului că algoritmul nu este sensibil la valorile izolate. Rezultatele însă sunt „dubioase" şi în acest caz - ar fi bine să repetăm procesul în modul asimetric. Versiunea *Ucinet 6* poate să măsoare centralitatea-Bonachich doar în matricea de date simetrică. Datorită acestui lucru, dând comanda „*Multiple measures*" programul efectuează toate cele patru analize pe baza simetrică. Din această cauză este indicat să nu dăm această comandă, ci să decidem care centralitate dorim să o folosim şi să lansăm modul simetric sau asimetric conform matricei de date. Este indicat să calculăm puterea Bonachich doar dacă avem o matrice simetrică şi extrem de mare.

Fără să prezentăm toate analizele adecvate, prezentăm aici o analiză de centralitate Freeman. Trebuie să dăm comanda din meniul *Network – centrality – degree.* Rândul al doilea al ferestrei care apare (*Treat data as symmetric*) să o schimbăm pe asimetric (*No*), după care dacă am ales matricea de date corespunzătoare, dăm *OK*.

[23] Bonacich, Phillip 1987: Power and Centrality: A Family of Measures. American Journal of Sociology 92: 1170-1182.

```
 FREEMAN'S DEGREE CENTRALITY MEASURES
-------------------------------------------------------------------------------

Diagonal valid?              NO
Model:                       ASYMMETRIC
Input dataset:               D:\...\KOSZMUN
```

		1 OutDegree	2 InDegree	3 NrmOutDeg	4 NrmInDeg
9	Bozsok	4.000	0.000	33.333	0.000
7	Velem	3.000	0.000	25.000	0.000
2	Pusztacso	3.000	0.000	25.000	0.000
10	Kszerdahely	3.000	0.000	25.000	0.000
5	Lukacshaza	2.000	6.000	16.667	50.000
3	Nemescso	2.000	0.000	16.667	0.000
1	Koszegpaty	2.000	0.000	16.667	0.000
8	Cak	2.000	0.000	16.667	0.000
6	Horvatzsidany	0.000	0.000	0.000	0.000
4	Gyongyosfalu	0.000	1.000	0.000	8.333
11	Kdoroszlo	0.000	0.000	0.000	0.000
12	KOSZEG	0.000	8.000	0.000	66.667
13	Szombathely	0.000	6.000	0.000	50.000

Prima coloană a rezultatelor conţine semigradele exterioare în ordine descrescătoare, iar cea de-*a treia* conţine coeficientul standardizat între 0 şi 1, socotit pe baza coeficientului Freeman. Cea de-a doua coloană conţine semigradele interioare, iar cea de-a patra prezintă valorile standardizate socotite pe baza semigradelor interioare. Aceste valori sunt acceptabile. Se poate observa, de exemplu, că valoarea mare a localităţii Kõszeg şi a localităţii Bozsok nu prezintă asemănările, ci cea mai mare diferenţă posibilă: Kõszeg este actorul social cu *prestigiul* cel mai ridicat iar Bozsok, elementul cu prestigiul cel mai scăzut (bineînţeles doar în sensul reţelei de relaţii). Lukácsháza nu vine nici ea înaintea lui Szombathely deoarece semigradele interioare şi exterioare nu sunt adunate. Analiza – de altfel şi celelalte analize, pe care însă nu le prezentăm – nu conţine constatări doar în ceea ce priveşte unii actori, ci şi *referitor la întreaga reţea*.

```
DESCRIPTIVE STATISTICS
```

		1 OutDegree	2 InDegree	3 NrmOutDeg	4 NrmInDeg
1	Mean	1.615	1.615	13.462	13.462
2	Std Dev	1.389	2.816	11.574	23.465
3	Sum	21.000	21.000	175.000	175.000
4	Variance	1.929	7.929	133.958	550.625
5	SSQ	59.000	137.000	4097.222	9513.889
6	MCSSQ	25.077	103.077	1741.453	7158.120
7	Euc Norm	7.681	11.705	64.010	97.539
8	Minimum	0.000	0.000	0.000	0.000
9	Maximum	4.000	8.000	33.333	66.667

```
Network Centralization (Outdegree) = 21.528%
Network Centralization (Indegree) = 57.639%

NOTE: For valued data, both the normalized centrality and the centralization index may be
larger than 100%.

----------------------------------------
Running time:  00:00:01
Output generated:  29 mar 04 02:47:51
Copyright (c) 1999-2004 Analytic Technologies
```

Cele mai importante informaţii sunt în ultimele două rânduri de jos, adică centralitatea reţelei, calculată pe baza semigradului interior şi exterior. Pe baza semigradului exterior centralitatea reţelei este normală (21,5%), adică pornesc legături în afară de la mulţi actori şi pe acest plan nu este o diferenţă mare între ele. Pe baza *semigradului interior*, însă, putem să vorbim despre o

centralizare foarte înaltă, de 57,6%, adică relaţiile care pornesc înspre afară sunt acaparate de unele centre. Un rezultat interesant (care concordă cu acesta) prezintă al doilea rând al tabelului - dispersia: în timp ce în cazul *semigradului exterior* măsura dispersiei rămâne sub valoarea medie a *semigradului exterior*, în cazul *semigradului interior* dispersia este de două ori mai mare, decât media gradului în sine. Dacă nu am avea alte cunoştinţe despre mulţime, atunci am putea să stabilim doar pe baza acestei informaţii, că legăturile care pornesc din multe direcţii sunt colectate de câteva centre în mod inegal – după cum acest lucru este foarte adevărat în cazul pieţei forţei de muncă din împrejurimea cercetată.

7. Analiza CONCOR de echivalenţă structurală

Gama de ustensile a analizei de reţea şi pachetul de programe Ucinet conţin o mulţime de proceduri de analiză. Prezentarea acestora nu este posibilă în acest manual. Am ales spre prezentare - în mod arbitrar - două metode de analiză, analiza CONCOR şi analiza Qap.

Concepte cheie:
- echivalenţă structurală,
- analiză de bloc,
- analiză CONCOR.

În cazul datelor de cantitate mare, de multe ori, este indicat să ne străduim să grupăm datele în câteva grupuri şi în continuare să tratăm doar legăturile puţinelor grupuri mici. Analiza CONCOR – asemănătoare altor tehnici de echivalenţă – este potrivită chiar pentru acest lucru. La baza grupării stă *echivalenţa structurală.*

Echivalenţa structurală nu este chiar o idee nouă. De exemplu, cele mai multe limbi ale culturii omeneşti împart, din timpuri străvechi, animalele în grupuri mai mari pe criteriul relaţional, conform *asemănării lor structurale* şi relaţiilor dintre ei, în ierbivori, sau animale de pradă (carnivori). Cercetările zoologice de mai târziu au observat şi alte grupuri din lumea animalelor pe baza asemănării locului pe care îl ocupă în lanţul trofic, ca de exemplu insectivori, rozătoare etc.

Să ne uităm la următorul graf simplu!

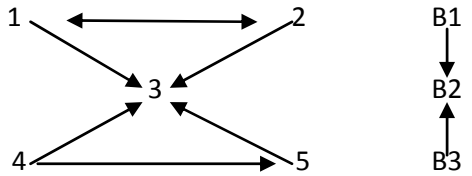


Fig. 7.7. ***Echivalenţa structurală şi blocurile***

Să presupunem că numerele reprezintă aşezări, iar săgeţile arată unde şi de unde se duc oamenii să lucreze. Se poate vedea că aşezarea cu numărul „3" este un fel de centru, deoarece toată lumea merge acolo. Din aşezările „1" şi „2" nu umblă doar în aşezarea „3", ci umblă şi din unul spre celălalt. Putem să afirmăm că între aşezările „1" şi „2" nu există nici o deosebire, adică sunt echivalente, bineînţeles doar structural, adică din punct de vedere al legăturilor lor. Dacă în cele ce urmează dorim să manipulăm cele două aşezări împreună atunci vom vorbi despre acestea ca „blocul 1." Centrul cu numărul „3" este şi el un bloc, chiar şi individual, deoarece structural nu există alt actor asemănător. Să îl numim pe acesta „blocul 2." În cele din urmă am spune cu plăcere că aşezările „4" şi „5" formează un nou bloc, însă un observator mai atent poate să descopere o mică diferenţă între ele. Potrivit figurii, din aşezarea „4" umblă oamenii să lucreze în aşezarea „5", însă, acest lucru nu este adevărat şi invers.

În luarea deciziei, dacă să clasăm într-un bloc actorii care au o situaţie asemănătoare, însă nu sunt echivalente structural, ne vin în ajutor diferite algoritmuri. Dintre acestea unul dintre cele mai des folosite, care nu este neapărat „cel mai bun" în toate situaţiile, este analiza CONCOR. Metoda CONCOR calculează corelaţie între rândurile şi coloanele matricei, rezultatul fiind o matrice corelată. Valorile acestei matrice corelate sunt valori între 1 şi 0. După asta calculează corelaţie între coloanele şi rândurile matricei corelate, şi aşa mai departe. Repetările (iteraţii) continuă până ce rezultatele unei matrice corelate sunt compuse doar din câteva subgrupuri (submatrice) ale căror elemente au valoarea de 1 sau -1. Acestea sunt considerate câte un bloc, şi după aceea ne referim la acestea astfel. Să vedem un exemplu.

Din meniul fişierului de date Ucinet să alegem comanda *Network – Roles and Positions – Structural – CONCOR*, iar din rândul de sus al ferestrei să alegem baza de date care ne trebuie.

Este indicat să reflectăm asupra faptului câte blocuri am dori să primim ca rezultat. Numărul blocurilor trebuie definite dinainte, la fel ca în cazul analizei de clustere ierarhice, numărul clusterelor. În cazul analizei CONCOR, numărul blocurilor depinde de câte ori desfacem în două *(split*) blocurile. Ca rezultat al unei desfaceri primim două blocuri, la două împărţiri patru, la trei şase, şi aşa mai departe. La prima lectură, fără îndoială, acesta pare o regulă uşoară, totuşi este probabil că mulţi greşesc; la acest lucru se face aluzie prin faptul că programatorii de soft au specificat în paranteză lângă întrebarea „adâncimea maximă a împărţirilor" – („nu a blocurilor!") (*max. depth of splits (not blocks*)).

Să facem o analiză CONCOR în două, respectiv în trei *split*-uri pe matricea noastră de date cunoscută!

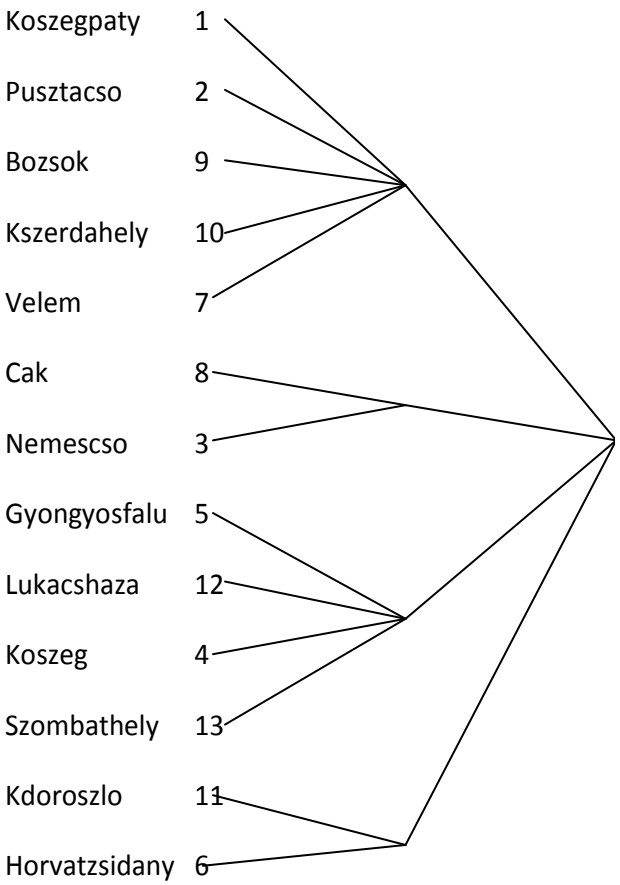


Fig. 7.8.a. ***Dendogramă şi elementele celor patru blocuri după două split-uri***

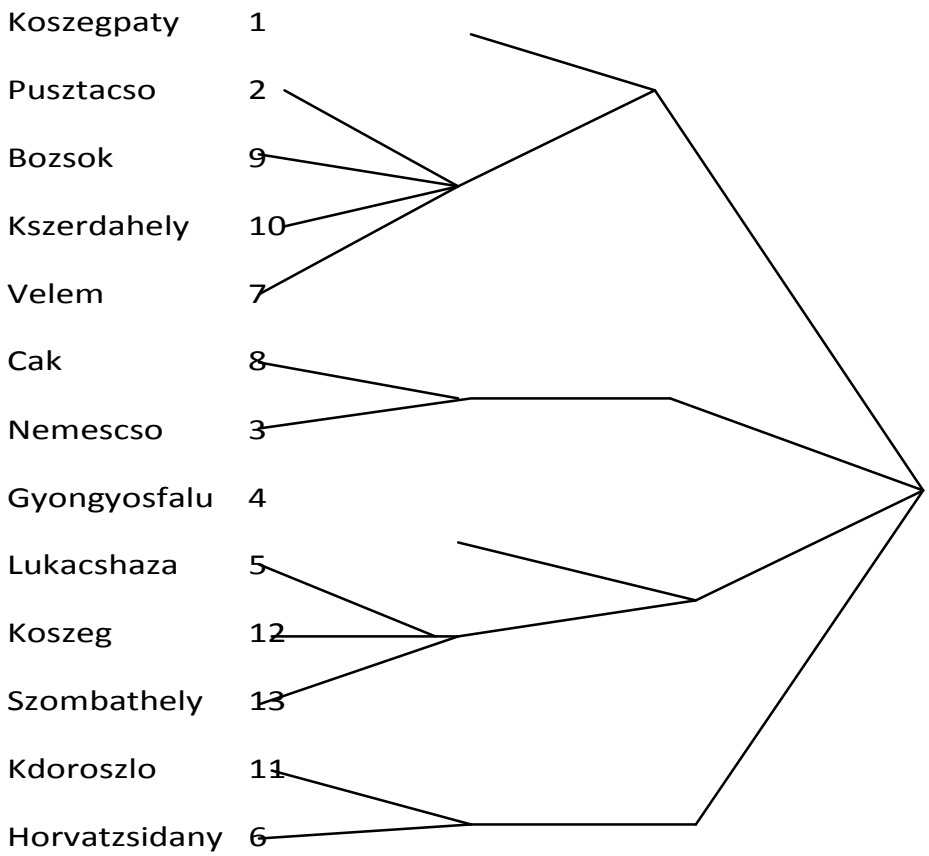


Fig. 7.8.b. ***Dendogramă şi elementele celor şase blocuri după trei split-uri***

Decizia asupra folosirii variantei de 4, sau de 6 blocuri aparţine cercetătorului, la fel ca de exemplu, decizia asupra numărului de grupuri în cazul analizei clusterelor ierarhice. În cazul de faţă nu are sens alcătuirea de blocuri, deoarece este inutil să scădem matricea care cuprinde 13 elemente, în una care să aibă 6 sau 4 elemente. De dragul exemplului să rămânem la împărţirea în 6 blocuri. Aici se separă evident punctele izolate (2 bucăţi) şi actorii sociali cu centralitate mare (Kõszeg, Szombathely, Lukácsháza). Analiza CONCOR prezintă următoarele date:

```
PARTITION DIAGRAM

                                  H
                      G           o
            K         y     S     r
      K     s         o L   z     v
      o P   z         n u   o K   a
      s u   e       N g k   m d   t
      z s   r       e y a   b o   z
      e z B d       m o c K a r   s
      g t o a V     e s s O t o   i
      p a z h e     s f h S h s   d
      a c s e l C   c a a Z e z   a
      t s o l e a   s l z E l l   n
      y o k y m k   o u a G y o   y

            1             1 1 1
Level   1 2 9 0 7 8 3 4 5 2 3 1 6
-----   - - - - - - - - - - - - -
    3   . XXXXXXX XXX . XXXXX XXX
    2   XXXXXXXXX XXX XXXXXXX XXX
    1   XXXXXXXXXXXXX XXXXXXXXXXX
```

CONCOR

Diagonal: Reciprocal
Max partitions: 3
Input dataset: D:\...\KOSZMUN

Initial Correlation Matrix

		1 Kosze	2 Puszt	3 Nemes	4 Gyong	5 Lukac	6 Horva	7 Velem	8 Cak	9 Bozso	10 Kszer	11 Kdoro	12 KOSZE	13 Szomb
1	Koszegpaty	1.00	0.80	0.46	-0.06	0.43	0.00	0.80	0.46	0.68	0.80	0.00	-0.22	-0.18
2	Pusztacso	0.80	1.00	0.80	-0.07	0.22	0.00	1.00	0.80	0.85	1.00	0.00	-0.26	-0.21
3	Nemescso	0.46	0.80	1.00	-0.06	0.05	0.00	0.80	1.00	0.68	0.80	0.00	-0.22	-0.16
4	Gyongyosfalu	-0.06	-0.07	-0.06	1.00	0.30	0.00	-0.07	-0.06	0.00	-0.07	0.00	0.30	0.37
5	Lukacshaza	0.43	0.22	0.05	0.30	1.00	0.00	0.22	0.05	0.14	0.22	0.00	0.65	0.47
6	Horvatzsidany	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	1.00	0.00	0.00	0.00	0.00	1.00	0.00	0.00
7	Velem	0.80	1.00	0.80	-0.07	0.22	0.00	1.00	0.80	0.85	1.00	0.00	-0.26	-0.21
8	Cak	0.46	0.80	1.00	-0.06	0.05	0.00	0.80	1.00	0.68	0.80	0.00	-0.22	-0.16
9	Bozsok	0.68	0.85	0.68	0.00	0.14	0.00	0.85	0.68	1.00	0.85	0.00	-0.30	-0.24
10	Kszerdahely	0.80	1.00	0.80	-0.07	0.22	0.00	1.00	0.80	0.85	1.00	0.00	-0.26	-0.21
11	Kdoroszlo	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	1.00	0.00	0.00	0.00	0.00	1.00	0.00	0.00
12	KOSZEG	-0.22	-0.26	-0.22	0.30	0.65	0.00	-0.26	-0.22	-0.30	-0.26	0.00	1.00	0.82
13	Szombathely	-0.18	-0.21	-0.16	0.37	0.47	0.00	-0.21	-0.16	-0.24	-0.21	0.00	0.82	1.00

Density Matrix

	1	2	3	4	5	6
1	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.667
2	0.000		0.000	0.000	0.000	0.667
3	0.000	0.000	0.000	0.000	0.250	1.000
4	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
5	0.000	0.000	0.000	0.000		0.000
6	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.333

R-squared = 0.775

First order actor-by-actor correlation matrix saved as dataset Concor1stCorr
Partition-by-actor indicator matrix saved as dataset ConcorCCPart
Permutation vector saved as dataset ConcorCCPerm

Running time: 00:00:01
Output generated: 29 mar 04 06:07:29
Copyright (c) 1999-2004 Analytic Technologies

lation 1
ocked Matrix

		8 3 C N	1 K	1 0 2 9 7 K P B V	1 1 6 K H	4 G	5 L	1 1 2 3 K S
8	Cak						1 1	
3	Nemescso						1 1	
1	Koszegpaty							1 1
0	Kszerdahely						1	1 1
2	Pusztacso						1	1 1
9	Bozsok					1	1	1 1
7	Velem						1	1 1
1	Kdoroszlo							
6	Horvatzsidany							
4	Gyongyosfalu							
5	Lukacshaza							1 1
2	KOSZEG							
3	Szombathely							

Dintre mulţimea de date, matricea de pornire este practic lipsită de interes. Diagrama de partajare, în schimb, arată care sunt actorii pe care programul i-a separat încă în prima fază (între acestea se prezintă diferenţa cea mai mare), pe care în a doua şi pe care în a treia fază. Matricea care este compusă din blocuri prezintă cum au arătat valorile locale după ultimele iteraţii, pe baza cărora am alcătuit blocurile. Pentru noi, cea mai importantă este ultima informaţie, tabelul care arată legăturile blocurilor (*density matrix)*. Pe baza matricei de legături a blocurilor poate fi schiţată graful simplificat, compus din blocurile reţelei de relaţii, care în cazul de faţă arată astfel:

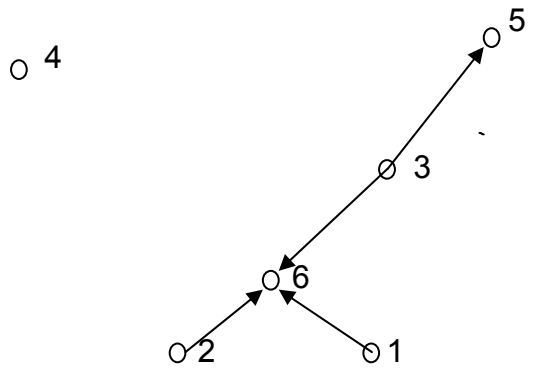


Figura 7.9. ***Legăturile blocurilor: procesul simplificat al navetei zilnice în întinderea aşezării Kőszeg***

8. Compararea matricelor cu corelaţia QAP

În timp ce analiza CONCOR serveşte la stabilirea asemănărilor în interiorul unei reţele mari şi la formarea blocurilor mai mici, analiza QAP poate compara diferite matrice de date. (Krackhardt, David 1987: QAP Partialling as a Test of Spuriousness. *Social Networks* 9: 171-186., Biblioteca Akadémiai). Pe parcursul analizei pot fi comparate doar matrice pătratice de egală mărime (adică de tip *n*n*) . Aceasta poate părea o regulă prea strictă, în realitate însă, nu este, deoarece în majoritatea cazurilor chiar avem nevoie de acest lucru. Datele care se referă la aceeaşi mulţime, însă, care au fost culese după variate criterii, pot fi cercetate laolaltă cu ajutorul acestei metode. S-ar putea ca o matrice să provină dintr-o cercetare comparativă, sau să fie o dată planificată pentru un model oarecare şi vrem să aflăm diferenţa dintre model şi datele reale.
Conceptele cheie ale analizei de corelaţie QAP:

- corelaţie de matrice
- generarea unei matrice în mod întâmplător cu permutaţia rândurilor şi a coloanelor
- corelaţiile care se abat în mod semnificativ de la modul întâmplător.

Corelaţia QAP serveşte la măsurarea asemănării dintre două matrice, rezultatul final specifică dacă în spatele corelaţiei de matrice a două mulţimi de date există, sau nu o relaţie de cauzalitate. În funcţie de ipoteza cercetării date, pe parcursul analizei, una dintre matrice este considerată matricea care *trebuie observată sau dependentă*, iar cealaltă matrice este matricea *model* sau *independentă*. De obicei, să ne abţinem de la compararea reţelelor simetrice şi asimetrice. Deşi se poate calcula corelaţia dintre cele două matrice, totuşi întrebarea este cum interpretăm rezultatul. Legătura asimetrică într-o matrice de date apare odată, iar într-una asimetrică de două ori. Dacă apreciem, de exemplu, că din două puncte de vedere cam tot aceiaşi actori sunt în relaţie unul cu celălalt, uităm doar faptul că într-un caz legăturile sunt nedirijate iar în celălalt sunt dirijate şi prin excelenţă asimetrice. În acest caz, însă, nu vom putea adeveri asemănarea cu corelaţia QAP, deşi structural cele două reţele sunt într-adevăr asemănătoare.

Algoritmul este alcătuit din doi paşi. Programul calculează în prima fază coeficientul de corelaţie Pearson (şi alţi indicatori de măsurare) între celulele potrivite ale matricelor de date. În al doilea pas rândurile şi coloanele matricei model (independente) sunt permutate în mod aleatoriu, *random* producând matrice în mod întâmplător şi recalculează de fiecare dată corelaţia dintre matricea (dependentă) observată şi matricea creată random. Acest al doilea pas poate fi repetat de sute de ori; setarea de bază a Ucinet-ului este 500 de permutări, însă dacă vrem să avem un rezultat exact, putem să cerem mai multe mii de permutaţii.

Metoda QAP numără cazurile în care corelaţia matricei generată în mod întâmplător este mai mare sau egală cu corelaţia măsurată în primul pas. Dacă există multe asemenea cazuri atunci raportul cercetat iniţial poate fi considerat şi el întâmplător, adică nu există corelaţie între cele două matrice cercetate. Însă, dacă aria matricelor generate la întâmplare cu corelaţie potrivită este limitată, acesta indică că asemănarea celor două matrice nu este întâmplătoare.

Ca exemplu să comparăm datele de navetă zilnică ale întinderii mici din jurul localităţii Kõszeg cu reţelele de cooperare ale consiliilor locale în ceea ce priveşte şcolile susţinute în comun. Figura de mai jos arată cele două reţele de relaţii:

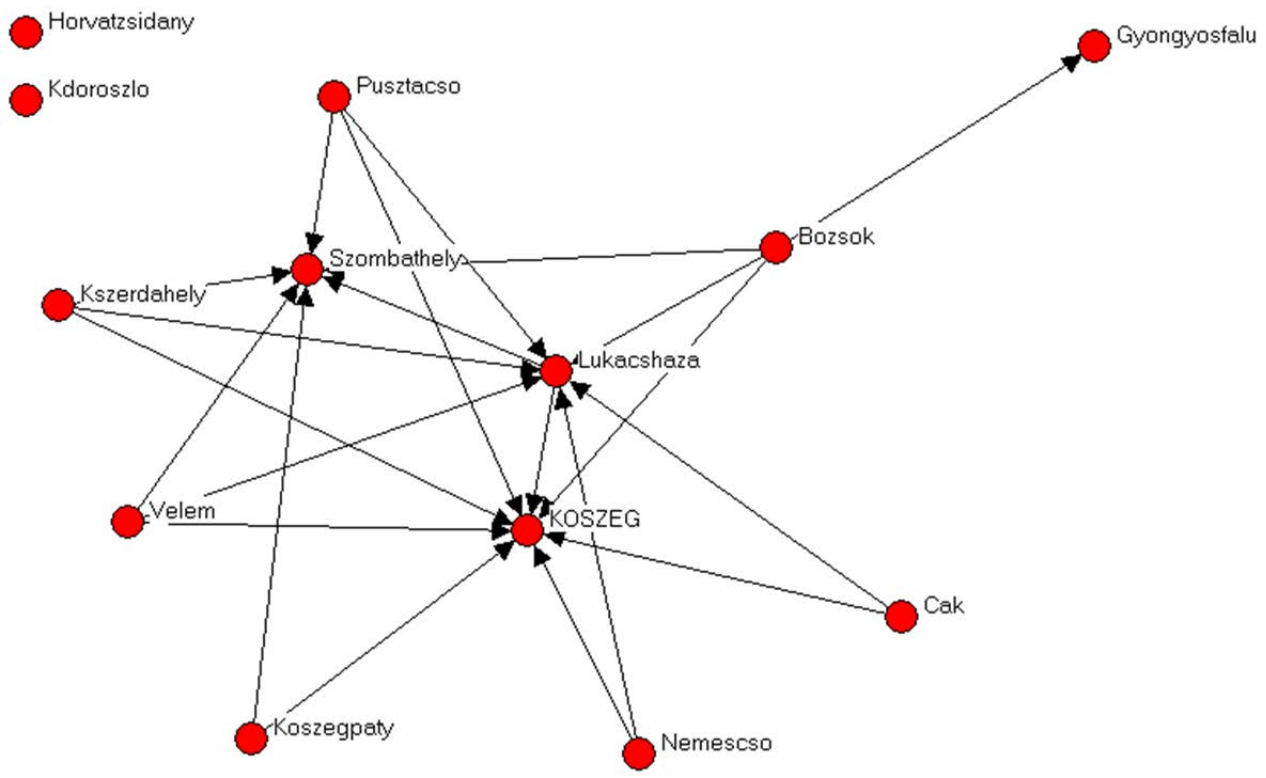


Fig. 7.10. ***Reţeaua navetei zilnice***

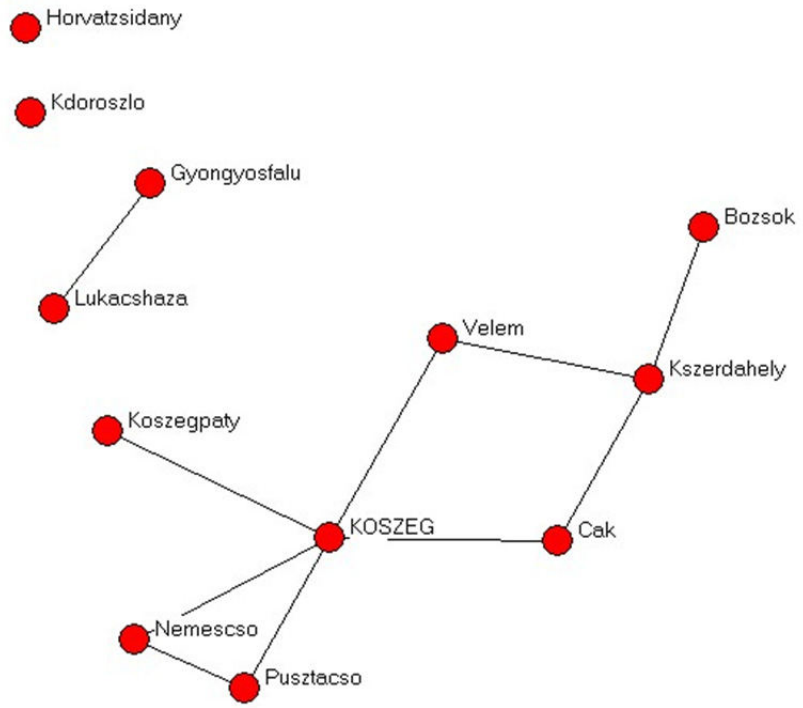


Fig. 7.11. ***Reţeaua de cooperare a consiliilor locale în împrejurimile aşezării Kõszeg***

Deoarece este vorba despre o reţea simplă şi de dimensiuni mici, se poate vedea fără nici un fel de analiză, doar aruncând o privire, că reţelele nu sunt asemănătoare. Pe baza navetei zilnice putem să observăm o reţea de saturaţie mare şi cu o centralitate ridicată, ale cărei centre sunt Kõszeg, Lukácsháza şi Szombathely. Activitatea comună a consiliilor locale de finanţare a şcolilor se organizează însă în primul rând, pe baza apropierii geografice, şi din această cauză aici se conturează sistemele de relaţie „tradiţională" a întinderilor mici. Pe o parte se găsesc localităţile Velem, Cák, Kõszegszerdahely şi Bozsok, în timp ce de cealaltă parte Nemescsó, Pusztacsó, Kõszegpaty; cele două grupuri sunt legate de Kõszeg.

Compararea celor două matrice de date conţine două mari greşeli din care cauză în realitate nu ar fi voie calcularea corelaţiei QAP. Exemplele „proaste" sunt aplicate mai ales pentru prezentarea unor astfel de puncte de vedere –cu scop didactic.

Pe de o parte, reţeaua instituţiilor susţinute în comun se bazează pe reciprocitate, adică este compusă din legături nedirijate, în timp ce direcţia în care se merge la muncă are un sens, adică această legătură este dirijată. După cum am mai specificat acest lucru, nu este indicat să comparăm reţelele simetrice şi asimetrice. În cazul de faţă pe parcursul analizei, reţeaua care oglindeşte susţinerea şcolii va părea mai saturată, iar reţeaua navetei zilnice mai rară, indicatorii de măsurare ale asemănării dintre cele două vor fi mai mari, decât cum ar fi raţional.

Pe de altă parte, cele două reţele nu sunt de aceeaşi mărime: întinderea mică conţine 12 aşezări, însă din perspectiva navetei zilnice şi aşezarea Szombathely din apropiere este o ţintă importantă, matricea de date este compusă din 13 elemente. Metoda QAP poate compara doar matrice de aceleaşi mărimi, adică trebuie să includem încă un rând şi o coloană (cu valori de 0), sau să ştergem aşezarea Szombathely din reţeaua de 13 elemente. Ambele metode scad centralitatea şi nivelul de saturaţie al unei reţele, ceea ce distorsionează rezultatele în mare măsură. În exemplul nostru alegem soluţia a doua, adică facem abstracţie de rolul aşezării Szombathely pe piaţa forţei de muncă locale – ca rezultat vom primi o reţea de o saturaţie mai mare şi mai puţin centralizată, actorul central al acestei reţele devine, fără îndoială, aşezarea Kõszeg – la fel ca în cealaltă reţea. Acum să ne uităm la datele analizei:

```
QAP MATRIX CORRELATION
------------------------------------------------------------------------------

Observed matrix:              QAPKOSZMUN
Structure matrix:             KOSZAL
# of Permutations:            2500
Random seed:                  185

Univariate statistics

                       1        2
                  QAPKOSZ   KOSZAL
                  -------  -------
  1      Mean       0.114    0.152
  2   Std Dev       0.317    0.359
  3       Sum      15.000   20.000
  4  Variance       0.101    0.129
  5       SSQ      15.000   20.000
  6     MCSSQ      13.295   16.970
  7  Euc Norm       3.873    4.472
  8   Minimum       0.000    0.000
  9   Maximum       1.000    1.000
 10  N of Obs     132.000  132.000

Hubert's gamma: 5.000

Bivariate Statistics

                             1         2         3         4         5         6         7
                         Value    Signif       Avg        SD  P(Large)  P(Small)     NPerm
                     ---------  --------- --------- --------- --------- --------- ------
1   Pearson Correlation:   0.182     0.064    -0.000     0.091     0.064     0.981  2500.000
2       Simple Matching:   0.811     0.064     0.769     0.026     0.064     0.981  2500.000
3   Jaccard Coefficient:   0.167     0.064     0.071     0.046     0.064     0.981  2500.000
4 Goodman-Kruskal Gamma:   0.545     0.064    -0.086     0.404     0.064     0.981  2500.000
5      Hamming Distance:  25.000     0.064    30.453     2.803     0.981     0.064  2500.000
```

Din raportul analizei iese la iveală, în primul rând, că algoritmul a generat 2500 de matrice întâmplătoare, după care sunt prezentate datele fundamentale ale ambelor matrice de date (*unvariate statistics*), pe care le-am prezentat, deja, când am vorbit despre saturaţie. Tabelul (*bivariate statistics*) care urmează după acesta conţine rezultatele reale ale analizei QAP.

Coloana de valori (*Value*) prezintă raportul (corelaţia) dintre cele două reţele de relaţii. Valoarea corelaţiei celor două matrice de date care se referă la întinderea mică a localităţii Kõszeg: 0,182. Corelaţia medie (*Avg.*) cu matricele generate în mod întâmplător este o valoare în jur de zero, cu o dispersie standard de 0,091. Proporţia matricelor generate în mod întâmplător care diferă sau prezintă o corelaţie mai ridicată de 0,182, este de 0,064, adică nivelul de semnificaţie este de 6,4%. Acest lucru înseamnă că din permutaţiile random de 2500 doar 160 de matrice generate în mod întâmplător (6,4%) au atins sau au depăşit corelaţia de 0,182. În raport cu limita de valoare obişnuită de 0,05, această corelaţie nu poate fi considerată signifiantă, deoarece 0,064>0,05. Cu valorile P(*Large)* şi P(*Small*) nu ne ocupăm de obicei, acestea arată numărul corelaţiilor cu valoarea mai mare şi egală, respectiv mai mică şi egală decât valoarea de corelaţie dată, dintre care una este întotdeauna aceeaşi cu valoarea coloanei *„signif*”.

Studii de caz, exemple

Dintre cercetările cu referiri maghiare în ceea ce priveşte analiza de reţea putem scoate în evidenţă, datorită abordării interesante „proiectul Erdõs”. Matematicianul Pál Erdõs a publicat diferite publicaţii împreună cu alţi coautori. Datorită modului specific de viaţă pe care îl duce, a lucrat împreună cu colegi din Europa, Statele Unite, din Ungaria şi chiar şi din ţările blocului estic, în cele mai diferite discipline. În cadrul unei experienţe interesante, o cercetare interna-

ţională, a cercetat reţeaua interpersonală a lui Erdõs şi a coautoriilor lui creând aşa numitul „*număr Erdõs*". Potrivit acestuia, *numărul Erdõs* al lui Pál Erdõs este 0. Cercetătorul care a publicat împreună cu Erdõs a primit numărul 1, iar cel care a publicat cu un autor care a publicat cu Erdõs a primit numărul 2 şi aşa mai departe. Despre această cercetare se pot afla mai multe informaţii pe pagina de Internet: http://www.acs.oakland.edu/~grossman/erdoshp.html. În zilele noastre, numărul Erdõs (poate datorită estimării bazelor matematice ale ştiinţelor sau doar datorită unui trend de modă ştiinţifică) a devenit un fel de sistem informal de evaluare a calităţii, sau cum au definit cercetătorii, un fel de folclor ştiinţific. Prin nişte cercetări simple oricine poate să socotească care este numărul său personal Erdõs şi cu cât este mai mic acest număr cu atât este mai mare prestigiul. Numerele Erdõs de 3 şi 4 sunt prezentate de către cercetători cu multă plăcere în autobiografii sau pe pagini de Internet.

Dintre cercetările aplicate, din Ungaria, sunt semnificative cercetările cu caracter de sociologie organizaţională al lui Zoltán Szántó şi Balázs Vedres[24](2002) care a analizat relaţiile dintre unităţile organizatorice ale unei firme cu o structură complexă. În domeniul înrudit cu dezvoltarea aşezărilor a lucrat Péter Futó şi Tamás Fleischer[25] care au cercetat sistemul relaţional de parteneriat al manipulării deşeurilor în comparaţie internaţională. Eu, însumi, am făcut cercetări de dezvoltare a aşezărilor în ultimii ani, mai ales pentru consilii locale şi organizaţii teritoriale, dintre acestea ca un exemplu am publicat relaţiile dintre aşezări în zona localităţii Bicske în numărul 8/2002 al revistei Falu Város Régió (www.vati.hu/fvr). În cele ce urmează prezint rezultatul unei cercetări aplicate - reţea de opinie profesională.

Reţele de opinii: referinţă la legea de film care se pregăteşte, 1997

În 1997, din însărcinarea MTA KTI, am efectuat o serie de interviuri cu cei interesaţi, cu scopul de a pregăti terenul pentru legea de film care a fost făcută în acea vreme[26]. Cele mai importante teme au fost următoarele:

1. Linii de refracţie: Cum apreciază intervievaţii situaţia actuală din industria filmului, unde există interese similare şi opoziţii de interese?

2. Sisteme de finanţare: Cum apreciază soluţiile de legea filmului (care se bazează pe contribuţii şi pe ajutoare de la fundaţii), ce fel de alternative cred că există?

3. Cât este de mare profitul: Ce părere au despre beneficiile de taxe de asociaţie?

4. Câştigul indirect: Care sunt câştigurile indirecte şi pericolele producţiilor cinematografice?

În cele ce urmează analizez părerile a nouă persoane intervievate. Datorită mulţimii mici se pot prezenta pe câteva figuri simple grupurile de opinii. Studiul poate să conţină doar atâtea interviuri datorită faptului că şi în această profesie sunt puţini actori sociali, mai mult decât

[24] Szántó Zoltán, Vedres Balázs 2002: *Kapcsolathálók, szervezeti kultúra, pénzügyi teljesítmény. Szervezetszociológiai tanulmányok a magyar távközlésfejlesztés finanszírozásáról.* (Reţele de opinii, cultură organizatorică, debit financiar. Studii de sociologia organizatorică despre finanţarea dezvoltării de telecomunicaţie ungară.) Budapesta: Aula

[25] Futó Péter şi Fleischer Tamás 2004: *Intézmények és vállalatok kapcsolathálói: Elemzési módszerek áttekintése egy hulladékgazdálkodási esettenulmány kapcsán.(Reţelele întreprinderilor şi a instituţiilor: conspectarea metodelor de analiză pe baza unui studiu de caz despre economia de deşeuri).* Manuscis.www.vki.hu/~tlfeisch

[26] Mulţumiri lui István János Tóth şi celor intervievaţi: Péter Barbalics, László Helle, István Kardos, Árpád Lukács, Gábor Majtényi, Péter Miskolci, Pál Sándor, Lajos Szakácsi şi László Vincze pentru cooperarea şi pentru ajutorul acordat. Prima publicaţie: Véleményhálózatok (Reţele de opinii). A apărut original în Péter Csigó şi László Letenyei 2000: : Véleményhálózatok. Falu Város Régió 2000/9.

atât, în acest studiu de caz nu sunt prezentate părerile celor care vând filmele, celor care ţin în stare de funcţionare un cinematograf, a firmelor de furnizori profesionali (operator, sonor, scenograf) şi a televiziunilor.

Dintre cei nouă respondenţi, trei au fost reprezentanţi ai companiilor de producţie de stat, cinci au fost reprezentanţi ai companiilor de producţie individuală, iar unul dintre reprezentanţi a fost conducătorul unei fundaţii publice. Mă refer la părerea lor în mod anonim. Baza pentru analiza de reţea este dată de acordul sau dezacordul părerilor respondenţilor. Consider că este o relaţie între două puncte cercetate (adică doi indivizi intervievaţi) dacă cei doi actori sociali au opinii similare. Dacă părerea lor diferă una de cealaltă, atunci – cu noţiunea de analiză de reţea – spun că nu există o relaţie între ei. Această definiţie a relaţiei, bineînţeles, diferă de sensul din viaţa de toate zilele.

Cu ajutorul analizei am încercat să dezvăluim liniile de refracţie profesionale, diferenţele de opinii. Bineînţeles, această întrebare poate fi pusă şi în mod direct – şi vom primi un răspuns la această întrebare – însă între liniile de refracţie reale şi cele măsurate s-a arătat o diferenţă semnificativă.

În momentul în care i-am chestionat pe respondenţi despre grupările din cadrul branşei cinematografice maghiare, au început să vorbească mai ales despre diferenţele dintre studiourile vechi şi noile companii de producţie. Sarcina noastră nu este să ne referim la problemele specifice ale branşei cinematografice, trebuie să prezint părerile lor pe scurt pentru înţelegerea contextului. De la revoluţie încoace au apărut mai multe companii de producţie. În timp ce majoritatea filmelor maghiare de lung metraj în 1997 au fost, încă, făcute în studiourile de stat care au păstrat tradiţiile de producţie şi valorile intelectuale, filmele făcute într-un studio independent se arată a fi mai rapide şi mai agere atât în acapararea posibilităţilor noi de concurs cât şi a pieţei. Pentru a descrie divizarea branşei, în interviuri au folosit următoarele expresii:

STUDIOURI DE STAT	STUDIOURI INDIVIDUALE
BĂTRÂN	TÂNĂR
DE STAT	PRIVAT
STUDIOURI, ATELIERE	PRODUCĂTORI, COMPANII
MARI	MICI
VECHI	NOU

Compararea celor două puncte de vedere ale producătorilor nu oglindeşte o apreciere de valoare, mai exact, ambele pot avea o apropiere negativă sau pozitivă. Pentru dovedirea acestui lucru prezentăm două fragmente de interviu.

Respondentul numărul 9: „Această întrebare depinde de punctele de vedere ale unui om: [în studiourile de stat] garda de conducere a rămas aceeaşi şi îşi rezolvă problemele cu o viziune de întreprindere asemănătoare puţin celei din anii `80: ei au nişte aşteptări de la stat, care trebuie asigurate... ca ei să umble după muncă, să fie reclame, munci salarizate sau filme pentru micul ecran, nu spun nici că este un lucru înjositor pentru ei, deoarece sunt care încearcă, însă nu pot să participe atât de activ şi agil ca cei care au clădit ceva din nimic, cei care ştiu că banii trebuie produşi..."

Respondentul numărul 4: „Sistemul de studiouri este un lucru care se bazează pe ajutoare de la stat. Nu vreau să mă plâng, dar trebuie, deoarece au dezvoltat o activitate artistică, la nivelul căruia companiile independente care în cel mai bun caz sunt la nivelul independenţilor din America, nu vor putea să ajungă.(...) Vă daţi seama ce oportunitate senzaţională a fost

pentru un tânăr ca şi mine să ajung într-un studio în care am putut lucra cu oameni ca Miklós Jancsó, István Szabó... Am avut timp şi a fost solicitare ca în fiecare zi să scoatem două-trei filme, pe care le-am proiectat pentru noi înşine şi le-am comentat (...) astfel s-a putut creşte o nouă generaţie de film!"

Grupuri de opinii

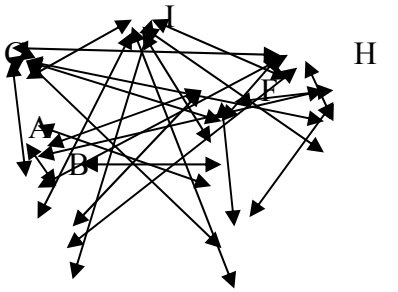


fig. 7.15. Reţea simetrică în formă sferică, membrii cărora sunt de părere că breasla se constituie din două grupuri mari(vechi şi noi). Intervievatul G nu este de acord; diferenţa reală este între filmele autofinanţate şi cele cu susţinere bugetară.

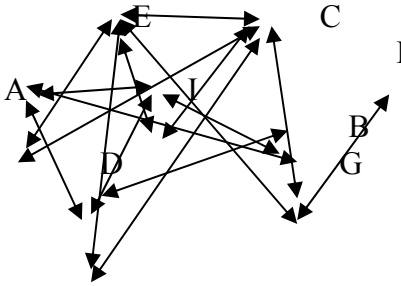


fig.7.16 Micul grup de formă sferică opinează la fel vizavi de agenţiile de producţii. G şi F i-pus în aceiaşi oală fundaţiile şi instituţiile statale. H avaut o opine aparte: studiile nu mai sunt cele de odinioară.

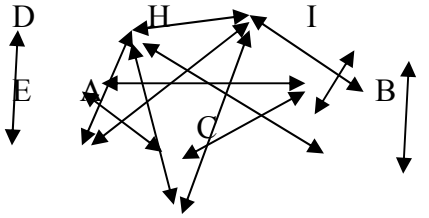


fig.7.17 Grupul de formă pentagonală – moderaţii – au fost de părere că ambele variante prezintă avantaje, timpul lucrează în favoarea tinerilor. D şi E s-au pronunţat în mod categoric în favoarea valorilor consacrate, G şi F dimpotrivă.

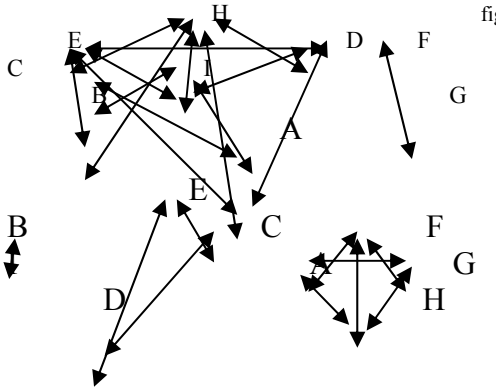


fig.7.18 Membrii celui mai mare grup găsesc adecvat un sistemul asemănător cu acel actual. Părerea lui C: numai în cazul unor subvenţii mai mari sunt şanse de supravieţuire. P şi G sunt adepţii pieţii libere: dacă fondurile filmelor de reclame şi cele din prestări n-ar fi luate, ei înşişi ar putea face filme artistice.

fig.7.19 După părerea „învechiţilor" (C, D, E) fiind vorba de o ţară mică, nu se pot face filme rentabile. Noii însă(A, F, G, H) susţin că pe termen lung e posibil. I şi B sunt indecişi.

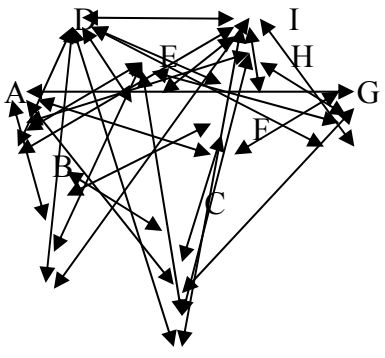


fig. 7.20. Prezentarea profiturilor colaterale a industrie de filme, enumerarea externaliilor pozitive, (că rularea unui film înseamnă comenzi către manipulatori de materiale, industria hotelieră, rezultă în ameliorarea imaginii despre ţară, aduce know-how, frânează absorbţia de capital cenuşiu, etc.) este meritul întregii bresle. Toţi participanţii au fost de acord – precum arată şi figura sferică.

De pe figuri se poate citi că, în cazul unui răspuns, câte un respondent cu păreri „radicale" este în opoziţie cu o părere „cumpătată" majoritară. Cu „F" şi „G" care sunt de partea pieţei libere majoritatea nu sunt de acord, după cum nu sunt de acord nici cu părerea lui „C" care doreşte o mai mare implicare din partea statului. Deşi diferenţele de părere s-au prezentat clar în cadrul întrebării care se referea la profit, din răspunsuri s-a aflat şi faptul că deşi există diferenţe de păreri totuşi atât producătorii mai tineri cât şi producătorii mai bătrâni au păreri similare în cadrul celor mai multe întrebări esenţiale. Mai clar vorbind, aceştia gândesc diferit, însă acţionează similar. Am ajuns la concluzia că diferenţele considerate importante din partea lor sunt mai mult diferenţe de comportament, de obiceiuri, însă în spatele gesturilor diferite se formulează păreri similare.

Punctul de plecare al raţionamentului nostru a fost că în timp ce cea mai mare problemă a dezbaterilor moderne este că sunt complexe, de nepătruns şi pentru înţelegerea exactă a acestora ar fi nevoie de un oarecare algoritm matematico-statistic, participanţii dezbaterilor economice sau politice, de obicei, nu folosesc nici un fel de metode, ci încearcă să ţină minte întâmplările. Rezultatul este că cei care participă la discurs uită unele lucruri chiar şi fără voia lor – ceea ce este o mare problemă, mai ales în cazul în care încercăm să fim înţeleşi. Studiul de caz prezentat dă un exemplu pentru dezvăluirea sistemelor de argumente. O astfel de analiză poate să fie primul pas pentru mânuirea oricăror conflicte.

Studiul de caz prezentat în exemplul nostru are un caracter de noutate deoarece în cadrul analizelor de conflict în Ungaria, încă, nu se foloseşte analiza de reţea. Cu cât este dezbaterea mai complexă, cu atât este mai greu să ţinem minte argumentele, cu atât este mai mare nevoie de prelucrarea reţelelor de opinii cu ajutorul calculatorului.

Mic dicţionar de noţiuni în limba română

În cele ce urmează prezentăm, pe baza celor scrise de Angelusz şi Tardos: i. m. Szántó şi Tóth (1993)[27], respectiv pe baza recomandării Resortului de analiză de reţea MSZT (www.socialnetwork.hu) şi pe baza conspectării literaturii de specialitate a analizei de reţea, cele mai importante noţiuni ale analizei de reţea. În cazul noţiunilor în limba engleză prezentăm şi o scurtă explicaţie a acestora.

Noţiunea în limba engleză şi o scurtă explicaţie	**Exprimarea folosită în literatura română de specialitate şi/sau exprimarea propusă**
Node	Nod; vârfuri, punct,actor social
Tie	Legătură; în cazul unui graf: muchie, linie
Ego network: legăturile unui punct	Reţea Ego
Network: reţea compusă din legăturile mai multor puncte	Reţea de legături; reţea
Social network: reţeaua legăturilor dintre personajele sociale	Reţea socială
Social network analysis (SNA)	Analiza reţea socială
Relational: se referă la legătură (caracteristică)	De relaţie
Structural: se referă la relaţiile(legăturile) unei mulţimi mai mari (dată)	Structural
Interactional: se referă la caracterul relaţiei(legăturii)	De interacţiune, de natură
Pattern: caracteristicile relaţiilor din cadrul unei reţea	Schemă; model
Morphologic: se referă la modelul, schema legăturilor	Caracteristică morfologică
Uniplex: interpretăm legături între puncte definite doar într-un singur fel	Un singur strat
Multiplex: interpretăm legături între puncte definite în mai multe feluri	Straturi multiple

[27] Zoltán Szántó şi István György Tóth 1993: Társadalmi hálózatok elemzése. (Analiza reţelelor sociale). Társadalom és gazdaság, 1993/1: 31 55.

Noţiunea în limba engleză şi o scurtă explicaţie	**Exprimarea folosită în literatura română de specialitate şi/sau exprimarea propusă**
Multipexity: cât este de mare partea (ponderea) legăturilor stratificate	Indicatorul de stratificare, indicele de stratificare
Undirected: nu interpretăm direcţia legăturilor	Nedirijat
Directed: interpretăm direcţia legăturilor	Dirijat
Symmetric: legătură dirijată care arată în ambele direcţii dintre două puncte	Simetric
Degree: numărul legăturilor(muchiilor) unui punct, nod	Grad
Indegree: numărul legăturilor(muchiilor) care arată spre un punct	Grad de intrare (semigrad interior)
Outdegree: numărul legăturilor(muchiilor) care pornesc dintr-un punct	Grad de ieşire (semigrad exterior)
Prestige: semigrad interior mai mare decât semigradul exterior	Prestigiu
Ego network density: raportul dintre legăturile reale şi posibile ale unui punct	Densitatea reţelei Ego
Density: raportul dintre legăturile posibile şi reale în reţea	Densitate
Centrality: caracteristică a reţelei Ego; arată cât este de central un anumit punct în reţea. Gradul de măsurare cel mai evident: dintre legăturile existente câte sunt deţinute de un anumit punct (actor social)	Centralitate
Degree centrality: numărul legăturilor unor puncte (grade) în raport cu toate legăturile	Gradul de centralitate
Freeman's degree centrality: număr standardizat de măsurare al gradului de centralitate, valoarea acestuia este între 0 şi 1; pentru socotirea acestui număr, în numărător punem suma provenită din diferenţa dintre cel mai înalt grad constatat şi gradele nodurilor (actorilor sociali), iar în numitor se află diferenţa cea mai mare posibilă în mod teoretic dintre centralităţile actorilor sociali.	Gradul de centralitate al lui Freeman
Geodesic distance: cea mai scurtă distanţă dintre două puncte; prin câţi actori sociali pot să vină în contact două puncte.	Distanţă geodezică
Closeness: prin câţi paşi pot fi atinşi doi actori sociali; două puncte sunt *apropiate* într-o reţea socială, dacă pot fi atinse dintr-un (sau cât mai puţini paşi)	Apropiere
Closeness centrality: număr de măsurare care raportează la suma *distanţelor geodezice* numărul de paşi pe care le face punctul ales pentru a atinge toate punctele reţelei	Apropiere central
Betweenness: numărul celor mai scurte rute dintre punctele din reţea.	Betweenness
Betweenness centrality: indice de măsurare al centralităţii, proporţia celor mai scurte distanţe care conţin punctul central. Dacă un actor social este prezent pe toate distanţele cele mai scurte, indexul ajunge la valoarea maximă, dacă nu este prezent pe nici unul atunci valoarea lui este 0. Presupune că un actor social are succes într-o reţea deoarece joacă un rol intermediar între două grupuri.	Betweenness-central, centralitate între două puncte (betweenness)
Bonachich power: centralitate socotită pe baza *vectorului propriu* (*eigenvector*)	Puterea Bonachich, centralitatea vectorului propriu
Structural equivalence: actori sociali care se leagă de aceleaşi puncte	Echivalenţa structurală
QAP correlation: procedură de testare a asemănării a două reţele (două matrcice) pe baza asemănării lor cu matrice generate întâmplător (random)	Corelaţia QAP

VIII. Interpretare

Introducere

Abordarea economică, sociologică şi antropologică a interpretării

Interdisciplinaritatea cercetării teritoriale aplicate:
caracter antropologic, sociologic şi economic

Posibilităţile şi modurile de interpretare

Probleme de etică

Abc-ul scrierii unui studiu

Prezentare orală

O metodă de interpretare considerată nouă: textul electronic

Filmul monografic şi filmul pregătitor de decizie

Comunicarea, urmărirea şi valorificarea

Texte din chenar:
Posibilităţile de interpretare şi de explicaţie

Introducere

Conform obligaţiilor contractuale, cercetătorul unei aşezări are în sarcină elaborarea unui studiu. Munca lui, însă, nu se opreşte cu predarea studiului (nici în cazul în care contractul prevede doar acest lucru); el poate fi mulţumit doar dacă rezultatele cercetării sale au putut fi preluate de colegii proiectanţi, respectiv de Consiliul Local, sau teritorial care a făcut comanda, sau când se convinge de faptul că rezultatele sale într-adevăr se regăsesc în procesul de planificare şi dezvoltare, adică planificarea a devenit una de orientare socială. Predarea-primirea cunoştinţelor cercetătorului trebuie percepută ca şi o anexă (nescrisă) a contractului, esenţa căreia este – cu o expresie luată din domeniul antropologiei – *interpretarea*, adică explicarea cunoştinţelor pe limbajul oamenilor care au comandat studiul.

La sfârşitul muncii sale, cercetătorul unei aşezări poate să fie victima uneia dintre aceste două erori:

- crede că este în stare să spună ceea ce a aflat; şi(sau)
- crede că ceea ce spune este înţeles şi de alţii.

În realitate, transmiterea cunoştinţelor dobândite este un proces extrem de complex: depinde de multe lucruri dacă mesajul ajunge, sau nu, la cei cărora a fost destinat. Ca să amintim doar câteva puncte de vedere: relaţia dintre cel care comandă studiul şi cercetător, relaţiile de putere locale, caracterul proiectului, importanţa acestuia în comparaţie cu alte proiecte, toate acestea influenţează modul în care cercetătorul poate, sau nu, să transmită cunoştinţele şi propunerile sale. Dintre aceste puncte de vedere - asumând bineînţeles subiectivitatea selecţiei - în acest capitol evidenţiem următoarele:

- *Cantitatea* informaţiei pe care dorim să o transmitem.
- *Limbaj*: în timp ce în faza de cercetare cercetătorul a trebuit să înveţe limbajul societăţii locale, pe parcursul interpretării trebuie să traducem cunoştinţele din vocabularul nostru de cercetător pe limbajul celor cărora li s-a făcut studiul.
- *Instrumentul* interpretării: adică dacă preparăm un text electronic, sau scris pe hârtie, o prezentare verbală, eventual imagini cinematografice.

Faza de după interpretare este urmărirea rezultatelor planificării, verificarea sau *monitorizarea* socială, respectiv evaluarea acestora. Monitorizarea ne fiind o parte a însărcinării nescrise, aceasta nu poate fi făcută decât la cererea celui care comandă lucrarea. În zilele noastre, sarcinile cu caracter de monitorizare socială reprezintă un segment important al dezvoltării economiei de piaţă, iar apropiindu-ne de practica Uniunii Europene, de acum încolo, vom avea nevoie de această metodă din ce în ce mai frecvent şi pe parcursul a numeroaselor programe.

În timp ce la începutul muncii noastre de proiectare culegem în primul rând date de la societate, la sfârşitul cercetării acest lucru este exact invers, rezultatele le comunicăm către societate, fiind, bineînţeles atenţi la (feedback) reacţia acesteia. *Comunicarea* rezultatelor nu este, în primul rând, sarcina sociologului, ci a expertului în marketing al localităţii respective, însă experienţele locale şi rezultatele cercetătorului pot fi utilizate cu uşurinţă în procesele de comunicare marketing şi PR. (PR – *public relation*)

Acest capitol trece în revistă, întâi, pe scurt, ce înseamnă *interpretarea*, aşadar comunicarea rezultatelor, în diferitele domenii ale ştiinţelor sociale – specializate pe probleme de economie, cultură, societate (*ştiinţe economice, sociologie antropologie)* - respectiv de ce este nece-

sară dezvoltarea unei viziuni complexe, interdisciplinare pe parcursul cercetării unei aşezări. După acesta ne vom ocupa cu posibilităţile şi modalităţile interpretării, oprindu-ne şi asupra cantităţii de informaţie care poate fi transmisă şi asupra problemelor de etică. Acesta este urmată de un Abc metodologic, menit a fi un ghid practic de elaborare a studiului şi de pregătire a prezentării. Pe urmă schiţăm pe scurt şi posibilităţile de a pregăti un film de scurt metraj precum şi un text electronic. În cele din urmă vom vorbi despre partea de lucru de după predarea rezultatelor; despre monitorizarea care începe să câştige teren, despre evaluare şi comunicare (urmărirea studiului, evaluare şi informare).

Pentru pregătirea lucrărilor cu scop ştiinţific (de exemplu lucrare de licenţă, sesiune de comunicări, publicaţie ştiinţifică) un ghid util şi uşor de urmat este cartea lui *Katalin Szabó*[1] (2002), pe care o recomandăm în atenţia cititorului. Nu dorim să repetăm, aici, ceea ce este prezentat în această carte, din această cauză în manualul nostru nu tratăm nişte probleme – care sunt, de altfel, probleme cheie – ca de exemplu *stilul* textului scris sau oral, alegerea *titlului* şi *subtitlului* unui studiu, *succesiunea logică* din interiorul textului şi importanţa *explicaţiilor de cauzalitate*. În loc să prezentăm toate acestea, în cele ce urmează prezentăm, pe scurt, nişte elemente care survin în mod diferit în cazul studiilor cu scop aplicativ, decât în cazul publicaţiilor ştiinţifice.

Abordarea economică, sociologică şi antropologică a interpretării

La începutul secolului trecut *antropologia culturală* s-a angajat la cunoaşterea culturilor necunoscute până atunci. Deşi în zilele noastre această misiune s-a modificat în mare măsură, totuşi antropologia se angajează şi acum să descopere terenuri necunoscute, mai mult decât atât, presupune că la început de cercetare chiar şi problemele de cercetare sunt nişte necunoscute.

Pe parcursul cercetării, antropologii presupun că, cunoştinţele pe care le dobândesc pe teren sunt valide doar în mediul şi limbajul respectiv. Dacă dorim să ne prezentăm rezultatele obţinute pe parcursul cercetării noastre aplicate vieţii ştiinţifice, sau celor care au comandat studiul, atunci cunoştinţele dobândite trebuie traduse, explicate. Această explicare este interpretarea[2] (vezi *scrierea în ramă*).

---

[1] Szabó Katalin 2002: *Kommunikáció felsõfokon. Hogyan írjunk, hogy megértsenek? Hogyan beszéljünk, hogy meghallgassanak? Hogyan levelezzünk, hogy válaszoljanak?* (Comunicare la nivel superior. Cum să scriem ca să fim înţeleşi? Cum să vorbim ca să fim ascultaţi? Cum să scriem o scrisoare la care să ni se răspundă?) (ediţia a doua completată şi restructurată) Budapesta: Kossuth.

[2] Piatra de temelie a antropologiei interpretative este lucrarea lui Clifford Geertz (1975) intitulată Descriere densă (in:Vári András [redactor] 1988: Misszionáriusok a csónakban. (Misionari în luntre) Budapesta: Akadémiai). Dintre literaturile mai recente putem recomanda:

- Bernard, Harvey Russell 1988: Research methods in cultural anthropology. Newbury Park.: SAGE.
- Denzin, Norman K. 1997: Interpretive Ethnography. Ethnographic Practices for the 21st Century. Thousand Oaks etc.: SAGE.
- Emerson, Robert M. (redactor) 2001: Contemporary Field Research. Prespectives and Formulations. Los Angeles: University of California Press. Cercetarile sociologice calitative asemănătoare abordărilor antropologice contemporane consideră că este important să se păstreze contextul local al rezultatelor de cercetare pe parcursul documentaţiei şi a interpretării; vezi de exemplu:
- Mason, Jennifer 1996: Qualitative Researching. Thousand Oaks etc.: SAGE.
- Corbin, Juliet és Anselm Strauss 1998: Basics of Qualitative Research. Techniques and Procedures for Developing Grounded Theory. Thousand Oaks etc.: SAGE.
- Bryman, Alan and Robert G. Burgess 1994: Analyzing Qualitative Data. London, New York: Routledge.

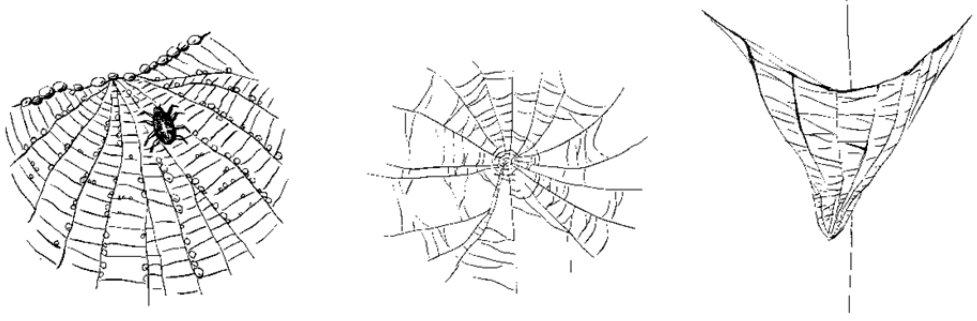
Posibilităţile de analiză şi de interpretare[3]

„Noţiunea de cultură pentru care pledez – scrie Cliffort Geertz[4] - are în principiu un caracter semiotic. Împreună cu Max Weber considerăm că omul este un animal care se atârnă în propriul lui păienjeniş al semnificaţiilor. Cultura o consider a fi acest păienjeniş, iar analiza acesteia, tocmai din acest motiv, nu o consider o ştiinţă experimentală în căutare de reguli, ci o ştiinţă interpretativă pornită pe urma semnificaţiei."

De la începutul anilor cincizeci-şaizeci cercetătorii antropologiei sociale s-au străduit să cerceteze mai ales semnificaţiile care generează comportamente şi nu comportamentul în sine. Conform studiului lui Geertz, de exemplu, omul nu se comportă, acţionează, ci îşi înzestrează comportamentul, acţiunile cu semnificaţie. Semnificaţiile construite social, din punctul de vedere al individului sunt date. Regimul semnificaţiilor este acea „pânză de păianjen" care defineşte, structurează gândirea noastră. Reţeaua de semnificaţii - într-un sens larg - este cultura (obiceiuri, gesturi, reguli etc.), într-un sens mai restrâns, este limba. Conform abordării *cognitive* putem să ne gândim doar la lucruri pe care le putem exprima cu cuvinte, iar senzaţiile necunoscute, sau cunoştinţele noi încercăm să le traducem în cuvinte.

O altă cultură înseamnă o altă reţea de semnificaţii. Sarcina antropologului este să realizeze corespondenţă între reţele. Această procedură de corespundere este interpretarea, după care şi-a primit denumirea de antropologie interpretativă. Dincolo de greutăţile culegerii de date ale cercetării antropologice şi ale prelucrării, chiar şi interpretarea se loveşte de nişte obstacole. O cultură, sau elementele unei culturi, nici măcar în teorie, nu pot fi interpretate în totalitatea complexităţii lor pentru o altă cultură. Această sarcină este ca şi când am încerca să inserăm o pânză de păianjen ţesută într-un colţ în forma circulară a pânzei unui păianjen cu cruce. Rezultatul primit poate să oglindească cultura observată doar în măsura în care fotografia făcută despre o pânză de păianjen ţesută într-un colţ se aseamănă cu cel adevărat văzut în trei dimensiuni. Cel mai „bun" lucru ce putem să-l facem este să ne străduim la o interpretare care redă cât mai fidel contextul original.

Lumea, pe care o putem identifica prin cuvintele şi prin cultura noastră, este probabil mult mai mică, decât lumea sentimentelor şi a cunoştinţelor care nu pot fi pătrunse de noi, la fel cum un spaţiu din jurul unei pânze de păianjen este mai mare decât pânza în sine. O mulţime de cunoştinţe definite stau faţă în faţă cu un necunoscut infinit. Antropologia, însă, nu poate să se angajeze să cunoască necunoscutul, nu poate, de exemplu, să inventeze nişte cuvinte noi pentru definirea unor sentimente, sau cunoştinţe necunoscute până acum. (Acesta este în primul rând sarcina artiştilor şi a oamenilor de ştiinţă). Antropologul pe parcursul muncii sale trebuie să uite de fantezie şi să tindă spre cunoaşterea semnificaţiilor care există, deja, în alte culturi şi să le interpreteze într-un mod cât mai fidel.



[3] Graficele lui IldikóTakács. A apărut iniţial: László Letenyei: A jelentésháló pókja. Adalék a kulturális antropológia érvényességi határának kérdéséhez. Az irodalom viszszav ág, 2002/2003 iarna. (Păianjenul reţelei de semnificaţii. Completare la problema graniţei de validitate a antropologiei culturale. Literatura contraatacă.) www.iv.hu

[4] Geertz, Clifford (1975) 1988: Scriere densă In: Vári András (redactor): *Misszionáriusok a csónakban*: (Misionari în luntre) 16.

Sociologia s-a autodefinit la mijlocul secolului XIX – după părerea lui August Comte – ca fiind cea mai complexă ştiinţă dintre ştiinţele pozitive. Prin expresia de *ştiinţă pozitivă,* Comte s-a referit la faptul că această disciplină, pornind de la câteva axiome simple, ajunge la explicarea fenomenelor complexe cu ajutorul unor reguli clare şi logice. Conform îndrumării lui Èmile Durkheim, sociologii acceptă, în mare măsură, că stările sociale (adică fenomenele observabile care se referă la întreaga societate) pot fi explicate doar cu ajutorul altor fapte sociale. Această îndrumare a orientat interesul sociologilor spre cercetarea problemelor de macrosocietate bazată pe date statistice. Interconexiunile matematico-statistice sunt considerate de analişti valide chiar şi în cazul în care acestea nu sunt evidente, perceptibile pentru reprezentanţii mediului cercetat. Deşi în secolul trecut au apărut nişte viziuni noi în sociologie, atât credinţa pozitivă în posibilitatea de cunoaştere, cât şi încrederea de neclintit în analizele statistice au rămas o caracteristică importantă al curentului principal (*mainstream)* în sociologie.

Sociologii cantitativi presupun, de obicei, că pot să definească în prealabil problemele de cercetare, să planifice modul recoltării de date, să evalueze rezultatele probabile şi presupun şi faptul, că vor în stare să şi le comunice. Un mare avantaj al sociologiei cantitative este că, în mare măsură, raportat la o anumită mulţime, constatările făcute pe baza datelor statistice pot fi considerate de încredere, respectiv pe bazându-se pe dezvăluirea unor procese sunt în măsură să formuleze şi unele prognoze cu caracter limitat[5].

Deoarece cercetătorii cantitativi presupun că conexiunea statistică este validă independent de interpretarea respondenţilor, nici la obţinerea şi nici la transmiterea cunoştinţelor nu apare problema explicaţiei, sau a interpretării. *Interpretarea contextuală*[6] a datelor statistice, de exemplu, nu se referă la contextul cu caracter interpretativ, ci la faptul că datele sunt interpretate într-un context statistic mai mic (de exemplu în contextul datelor judeţene, sau regionale în loc de comparaţie cu date naţionale). Deşi sunt dezbateri crâncene în sociologia cantitativă în ceea ce priveşte transmiterea cunoştinţelor, totuşi acestea scot în evidenţă mai ales pericolul de supra-interpretare, decât lipsa limbajului valid şi a apropierii de teren. Să facem referire doar la câteva din aceste dezbateri: în legătură cu testele de semnificaţie[7] mulţi sunt de părere că nu este etic, respectiv statistic nu poate fi justificată împărţirea pe grupuri dihotomice semnificative/nesemnificative a interconexiunilor statistice, ar fi mai corect să precizăm nivelul de semnificaţie, lăsând interpretarea lui pe seama cititorului. *Gary King*[8] (1986) scoate în evidenţă în articolul „Cum să nu minţim cu ajutorul statisticii", că dacă nu luăm în considerare efectele reziduale (care sunt provocate printre altele de indicatorii standard, variabilele dihotomice, de practica de interpretare şi de folosirea testelor de semnificaţie) cercetările cu caracter statistic îşi pierd viziunea complexă asupra vieţii. O scurtă colecţie a scrierilor care se ocupă cu retorica sociologiei a apărut în numărul 2/1999 al revistei

[5] O părere contrară des auzită este că ştiinţele sociologice nu sunt în stare să facă constatări sau prognoze generale asemănătoare cu ştiinţele naturale. În limba maghiară, vezi de exemplu Macintyre, Alasdair (1985) 1999: A társadalomtudományos általánosítások jellege és az elõrejelzõ képesség hiánya. (Caracterul generalizărilor sociologice şi lipsa abilităţii de prevedere) In uõ: Tratat de morala - Dupa virtute Budapesta: Osiris, 125 152.

[6] Lazarsfeld, Paul F. şi Herbert Menzel 1961: On the relation between individual and collective properties. In: Amitai Etzioni (redactor): A sociological reader on complex organizations. New York: Holt, Rinehart, and Winston. În legătură cu această temă în limba maghiară vezi: Moksony Ferenc 1988: A kontextuális elemzés. (Analiza contexuală) Statisztikai Szemle, 66. 3: 259-285.

[7] O culegere a textelor care se referă la această temă este: Harlow, Lisa L., Stanley A. Mulaik şi James H. Steiger (redactor) 1997: What If There Were No Significance Tests? Hahwah, London: Lawrence Erlbaum Associates.

[8] King, Gary 1986: How Not to Lie with Statistics: Avoiding Common Mistakes in Quantitative Political Science. American Journal of Political Science 30. 3: 666 687.

Szociológiai Figyelõ[9] (Observatorul Sociologic). În legătură cu valoarea r2, recomandăm în atenţia cititorului din literatura din Ungaria – fără dorinţa plenitudinii – scrierea lui Ferenc Moksony[10](1998), publicaţia lui Tamás Bartus[11] (2003), din literatura de economie scrierea lui András Bródy[12] (1990), respectiv scrierile culese ale lui Pál Léderer[13] (2002).

Economiştii – începând cu mercantilii din secolul al XVII-lea şi până în zilele noastre – de obicei, consideră că problemele legate de economie pot fi cercetate ca atare, individual şi sunt de acord şi cu faptul că funcţionarea economiei urmează nişte reguli. Sarcina ştiinţei este să dezvăluie aceste reguli, să stabilească „legile" economice, respectiv să elaboreze modelul care descrie funcţionarea economiei. Modelele economice, pornind de la nişte premise periferice clare, explică pe baza unor reguli simple, fenomenele complexe ale economiei. În raport cu celelalte ştiinţe sociale marele avantaj al ştiinţelor economice este, că datorită modelului, poate să se angajeze şi la prognozarea proceselor economice.

Utilizând metafora lui *Adam Smith,* economia este dirijată de „o mână invizibilă" – metafora se referă la faptul că legile şi modelele economiei politice, de obicei, nu sunt recunoscute de actorii economici. Dezvăluirea regulilor „invizibile" este sarcina ştiinţei. Problema *interpretării* în conceptul ei antropologic – care porneşte de la faptul, că toate observaţiile pot fi interpretate doar în propriul lor context social – nu apare pe parcursul publicării modelelor economice. *Deirdre McCloskey* ne avertizează, că datorită dezvoltării sale multiseculare, în zilele noastre, ştiinţele economice nu se mai ocupă cu observarea economiei, ci cu teoriile diverşilor economişti, iar *retorica* disciplinei, care în zilele noastre s-a îndepărtat de realitate, nu mai este adecvată pentru dezvăluirea problemelor de economie.

Interdisciplinaritatea cercetării aplicate de aşezare: caracter antropologic, sociologic şi economic

Pe parcursul cercetării aplicate a unei aşezări, în momentul în care un cercetător se angajează la cunoaşterea vieţii unei aşezări, sau a unei zone, este nevoie de alierea abordărilor antropologice, sociologice şi economice.

În faza de început a unei cercetări trebuie, în primul rând, să dezvăluim ce vor localnicii, pentru acest lucru este necesar să ne adaptăm la modul specific de gândire şi de vorbire al localnicilor. Faza de explorare (dezvăluire) trebuie să aibă preponderent un caracter antropologic.

Caracterul sociologic cantitativ – ca să putem susţine cu date statistice constatările noastre cele mai importante, sau cele care ridică cele mai multe semne de întrebare statistice – este de asemenea indispensabil. Dacă, de exemplu, în legătură cu circulaţia locală constatăm că pietonii, bicicliştii şi cei care stau în zonă ar diminua traficul autoturismelor din zonă în

[9] Szociológiai Figyelõ (Observatorul Sociologic)1999/2.: Textele lui David Zarefsky, André Gosselin, Kai Erikson, Phillip J. Davis şi Reuben Hersh.

[10] Moksony Ferenc 1998: A kicsi szép. A determinációs együttható értelmezése és haszná-lata a szociológiai kutatásban. (Ceea ce este mică este frumoasă. Interpretarea şi folosirea coeficientului de determinare în cercetarea sociologică) *Szociológiai Szemle*, 1998/4.

[11] Bartus Tamás 2003: Logisztikus regressziós eredmények értelmezése. (Interpretarea rezultatelor de regresie logistică) *Statisztikai Szemle*,81. 4: 328-347.

[12] Bródy András 1990: Mennyi az ennyi? Bevezetés a gazdasági mérés elméletébe. (Cât este atât? Introducere în teoria măsurării economice) *Közgazdasági Szemle*, 37/5: 521 537.

[13] Léderer Pál 2002: A szociológus, a módszerei, meg a szövege. Rögeszme-félék a mesters égrõl. (Sociologul, metodele sale şi glumele lui. Nişte idei fixe despre meserie) Budapesta: Editura Új Mandátum

moduri diferite, însă nu putem să răspundem la întrebarea: membrii cărui grup sunt majoritari, putem avea orice fel de propunere, aceasta va fi neconvingătoare şi cei care aduc hotărârile nu o vor lua în considerare. Imaginea noastră despre această problemă poate fi influenţată şi argumentaţia noastră poate fi în mare măsură consolidată, dacă căutăm date despre tendinţa de evoluţie a parcului de autoturisme, sau putem să ne bazăm pe rezultatele unui sondaj de opinie publică făcută pe o mostră reprezentativă.

În al treilea rând, pe parcursul cercetării sociologice, este indispensabilă gândirea cu caracter *economic* bazată pe elaborarea unui model. Nu ne referim la necesitatea socotelilor economice şi financiare – acestea sunt considerate normale – ci la faptul că pe parcursul cercetărilor aplicate trebuie să redactăm propunerile care se referă la viitorul îndepărtat. Aprecierea viitorului, previziunile, prognozele sunt o sarcină neobişnuită pentru sociologi. Nu mai este nevoie să dovedim, că observaţiile cu caracter antropologic sunt valide doar în situaţia, şi din această cauză, doar în momentul respectiv. Sondajele antropologice - deşi uneori pot să aducă nişte rezultate pe baza cărora unele procese sociale pot fi prognozate pentru câţiva ani - dar acestea nu se referă în nici un caz la 15 sau 25 de ani, perioadă la care se referă planurile de dezvoltare. Propunerile pe termen lung nu pot să se bazeze pe argumentarea macrosociologică tradiţională, deoarece culegerea de date este reprezentativă pentru locuitorii unei aşezări din zilele noastre şi nu pentru localnicii unei aşezări de peste douăzeci de ani. Putem să facem nişte precizări de lungă durată, asemănătoare prognozelor, în momentul în care formăm nişte modele abstracte prin prezentarea unor calităţi principale ale fenomenelor complexe, cu ajutorul cărora pot fi evaluate tendinţele viitoare *ceteris paribus*, adică presupunând că ceilalţi factori nu se vor schimba. Trebuie să specificăm că datorită rapidităţii de dezvoltare din zilele noastre este foarte greu să facem nişte prognoze pentru 15-20 de ani. Deşi, de obicei, se pretinde aşa ceva, rezultatele, de multe ori, sunt depăşite de trecerea timpului. Companiile mari se ocupă, de exemplu, mai ales cu creşterea flexibilităţii lor şi nu cu prognoze; această chibzuinţă s-ar putea extinde şi în sfera consiliilor locale.

În cele din urmă, conform celor spuse în acest manual, la sfârşitul cercetării aplicate este neapărată nevoie să ne întoarcem la noţiunea de interpretare luată din domeniul antropologiei: cunoştinţele acumulate pe teren trebuie să le traducem pe limbajul „altora" adică pe limbajul colegilor proiectanţi şi/sau a celor care comandă lucrarea, păstrând cât mai mult din contextul local.

Posibilităţile şi modurile interpretării

Atragem, aici, atenţia cititorului asupra a două criterii în ceea ce priveşte transmiterea cunoştinţelor acumulate pe teren: primul este continuitatea, iar celălalt este vechea experienţă potrivit căreia „puţinul este mai mult".

Cercetătorul trebuie să se împace cu gândul că este imposibilă transmiterea tuturor cunoştinţelor legate de temă şi o mare parte a experienţelor sale pe teren nici n-o va compune vre-odată. La scrierea studiului nu trebuie să tindem spre plenitudine, ci să prezentăm doar lucrurile care sunt într-adevăr importante. Dacă îi copleşim pe ordonatorul studiului, sau pe colegii proiectanţi cu prea multe informaţii riscăm ca aceştia să nu citească studiul întreg, ci doar răsfoindu-l, să spicuiască doar informaţiile considerate a fi importante, scoţându-le din structura şi contextul iniţial. Este mai bine să filtrăm informaţia noi înşine, şi în loc de plenitudine să ne străduim la inteligibilitate. La scrierea studiului să nu urmăm retorica ştiinţifică, ci în primul rând să luăm în considerare cerinţele şi logica celor care îl vor folosi.

Textele de interviu, statisticile care servesc la susţinerea experienţelor redate în mod simplificat, sau punctele de vedere care le completează pe acestea în mod nuanţat, să apară în apendice sau anexe.

Cea de-a doua noţiune cheie este *continuitatea*. După cum am mai amintit acest lucru pe scurt în capitolul II, conform concepţiei tradiţionale, cercetarea este un proces liniar, care începe prin planificarea cercetării şi care se termină odată cu pregătirea studiului. Acest manual recomandă mai de grabă planificarea circulară a cercetării, conform căreia la interpretarea rezultatelor se poate observa un fel de continuitate. Publicarea continuă a rezultatelor parţiale şi *confruntarea* acestora cu opinia mediului local asigură reflexibilitatea proprie a cercetării.

Continuitatea interpretării pe parcursul unei cercetări aplicate este indicată, de altfel, şi din motive practice. Prezenţa continuă şi consultaţiile echilibrate făcute cu cel care comandă studiul are un efect liniştitor asupra acestuia şi poate să contribuie la succes; cercetarea produce rezultate care într-un viitor pot fi traduse în practică. Până în zilele noastre modalitatea exclusivă de transmitere a cunoştinţei dobândite a fost scrierea unui studiu, completat, eventual, de explicaţii orale. În zilele noastre sunt cunoscute mai multe forme ale interpretării şi se poate observa că vizualitatea, adică reprezentarea mesajului cu ajutorul imaginilor are o importanţă din ce in ce mai mare. În capitolul de faţă vor fi prezentate următoarele:

- Studiu: forma scrisă a cunoştinţelor noastre.
- Prezentare: prezentarea orală al rezultatului cercetării.
- Textul electronic: o formă de interpretare interactivă destinată, în primul rând, pentru Internet, care uneşte elemente vizuale şi de text.
- Film: instrument de interpretare care foloseşte într-o mare măsură posibilităţile vizualizării.

Probleme de etică

Denaturarea rezultatelor cercetării este nepermisă pe parcursul transmiterii experienţelor noastre. Acest imperativ etic primordial pare de la sine înţeles. În practică, însă, pe parcursul interpretării – în pofida celor mai bune intenţii – putem să comitem mai multe greşeli. Cel mai bine este ca omul să aibă în vedere şi să îşi asume factorii periferici care au avut efect, pe lângă cercetare, asupra rezultatelor notate.

Cea mai mare „sursă de eroare" este chiar persoana cercetătorului. Pe parcursul cercetării, al prezenţei pe teren – şi mai ales pe parcursul observaţiei participative şi al interviurilor – cercetătorul influenţează în bună măsură comportamentul respondenţilor, influenţează adesea chiar şi rezultatele cercetării. Putem să diminuăm această influenţă, însă este important ca cercetătorul să fie conştient de rolul şi influenţa sa pe parcursul cercetării şi la nevoie să-l prezinte pe parcursul interpretării.

O altă sursă de eroare este (pre)concepţia de cercetător. Este o practică generală ca, pe parcursul cercetărilor de dezvoltare teritorială, cercetătorii să pornească de la premise regionale şi naturale, ca de exemplu, locul ocupat în reţeaua de aşezări, apropierea de graniţa ţării, sau tradiţiile locale. Desigur toate aceste puncte de vedere pot fi importante în realitate, însă pe parcursul cercetării sociologice trebuie să ne concentrăm asupra informaţiilor care pot fi culese pe teren. În cazul în care sosim pe teren cu o preconcepţie trebuie fim conştienţi de acest fapt şi să-l prezentăm în studiu, la fel trebuie să specificăm în ce măsură aceste idei s-au schimbat ca urmare a muncii pe teren.

În introducerea studiului trebuie prezentată metodologia urmată şi în legătură cu fiecare enunţ trebuie să specificăm, fără echivoc, pe baza cărei metode de cercetare şi prelucrare de date am făcut enunţul respectiv.

Elementele vizuale ajută, în mare măsură, la percepere, nu încape îndoială că, câteodată o ilustraţie reuşită, sau o poză poate oferi mult mai multe informaţii decât multe pagini de text. Acest studiu atrage atenţia asupra celeilalte feţe a monedei: prin intermediul unor poze sau animaţii este mult mai uşoară *influenţarea* oamenilor decât prin text scris. Pe parcursul interpretării întotdeauna trebuie avut în vedere această influenţă.

Pe parcursul cercetării teritoriale apariţia unor conflicte de interese este inevitabilă. Pe limbajul marketingului acesta înseamnă că avem un produs (teritoriul) pe care dorim să-l „vindem" în acelaşi timp mai multor grupuri ţintă, iar acest lucru, evident, nu poate fi rezolvat întotdeauna. Nu ţine de competenţa sociologului, ci de competenţa politicianului local care are putere decizională, să avantajeze oricare dintre grupurile sociale. În cazul în care apar conflicte de interese se cade să prezentăm interesele fiecărui grup social – independent de mărimea grupului şi de capacitatea lui de impunere a intereselor sale.

Abc-ul scrierii unui studiu

În cele ce urmează încercăm să prezentăm un fel de recomandare despre cum trebuie executat un studiu sociologic de specialitate pentru un consiliu local. Bineînţeles, nu există o reţetă referitoare la prezentarea rezultatelor unor investigaţii sociale valabilă în toate circumstanţele. Diferă în mod fundamental, de exemplu, studiile de impact social care pregătesc o investiţie, de cele care au în vedere managementul de conflicte, sau de cele care au scopul de relevare a stării sociale, respectiv scrierile care se referă la aşezări, sau întinderi. În cele ce urmează parcurgem fazele cele mai importante ale pregătirii unui studiu social de specialitate despre concepţia de dezvoltarea a aşezărilor. Atragem, însă, atenţia asupra faptului că şi o astfel de lucrare trebuie să difere în cazul fiecărei aşezări, în funcţie de cele mai importante problemele de cercetare în aşezarea respectivă în momentul cercetării.

1. *Diferenţele cele mai importante dintre studiul ştiinţific şi cel aplicat*

Este important mai ales pentru studenţii din învăţământul superior să clarificăm diferenţele dintre lucrarea cu scop ştiinţific, lucrarea de specialitate academică şi studiul aplicat.
Concepte-cheie:

- folosirea noţiunilor;
- posibilitatea de re-căutare;
- referire.

În cazul studiilor ştiinţifice, a tezelor şcolare este inevitabilă folosirea noţiunilor exacte. Folosirea adecvată a limbajului de specialitate caracteristic ramurii profesionale respective este mai importantă, decât cerinţa ca lucrarea să aibă un stil plăcut, fluent.[14] Un alt principiu fundamental este, de asemenea, ca cadrul noţiunilor folosite în lucrare, respectiv enunţurile de conţinut să poată fi re-căutate, adică din referinţe să se dezvăluie clar, care noţiune cu ce scop am folosit-o, pe baza cărui autor şi a cărei lucrări, respectiv diferitele precizări ale studiului nostru, pe ce alte studii s-au bazat şi spre deosebire de acestea lucrarea unde şi prin ce aduce ceva nou.

[14] Vezi de exemplu: Péli Gábor 1994: Terminusok a társadalomtudományokban. (Terminoogie în ştiinţele sociale) In: Lendvai L.Ferenc (redactor): Társadalomtudomány és filozófia. Tanulmányok. (Sociologie şi filozofie. Studii) Budapesta: Editura Áron 181-216.

În cazul unui studiu aplicat, rezultatele cărora vor fi utilizate de consiliul local şi/sau de colegii proiectanţi, folosirea limbajului şi referinţele înseamnă oarecum altceva. În cazul limbajului, de exemplu, cel mai important este să formulăm clar şi inteligibil. Bineînţeles, putem să folosim termenii tehnici ai ştiinţelor sociale, însă trebuie să avem grijă întotdeauna ca măcar odată - când folosim o noţiune pentru prima dată - să explicăm clar semnificaţia termenului. O altă diferenţă importantă este că o cercetare aplicată nu trebuie să redacteze rezultate noi, chiar invers, aceasta se bazează, de obicei, pe teorii şi proceduri considerate consacrate. De obicei, putem să omitem referirile la literatura ştiinţifică, în afara cazului în care ne emitem ipotezele şi ne formulăm concluziile pe baza unei viziuni de urbanistică, sau sociologice considerate noi. „Posibilitatea de re-căutare" se referă, mai ales, la specificarea metodei de cercetare pe a cărei rezultate ne bazăm enunţurile.

2. *Schiţa studiului de specialitate socială*

Peste tot în lume, lucrările sociologice, independent de amploare, sunt făcute pe baza unor scheme relativ fixe, care prezintă printre altele cadrul teoretic al temei, ipotezele studiului, după care cercetarea în sine şi în cele din urmă rezultatele. Pe parcursul cercetării aplicate a unei aşezări sunt folosite, de obicei, alte scheme decât acestea, elementele cheie ale acestora fiind următoarele:

- sinteză
- introducere (teme de cercetare, metodologie etc.)
- descriere cu caracter general
- întrebări-cheie (2-4 buc)
- apendice

Un punct de vedere important este ca informaţia necesară să o transmitem cât mai concis. Partea de lucrare sociologică rar trebuie să depăşească 20-60 de pagini. În cadrul acesteia sinteza directoare să nu fie mai mult de 2-4 pagini. Dincolo de descrierea generală a aşezării, sau a întinderii, un studiu să scoată în evidenţă doar câteva probleme cheie, deoarece prea multă informaţie oricum nu va fi citită de către cel care comandă lucrarea. Dacă apar alte probleme importante de cercetare, atunci să facem o listă cu acestea şi să ne ocupăm cu acestea într-un nou volum, sau să le recomandăm ca subiect pentru alte cercetări. În afară de aceasta, studiul mai conţine şi un apendice (anexă) voluminos, care - în funcţie de temă - poate să fie chiar de două-trei ori mai lung decât studiul (100-150 de pagini). Aici îşi au locul statisticile importante, dar nu fundamentale, referitoare la teren; este indicat ca acestea să apară şi în formă de diagramă, tabel (texte de interviu, text de chestionar, poze, desene locale, hărţi, conspectarea literaturii de specialitate etc.)

Lucrarea nu trebuie să prezinte virtuţi tipologice mai speciale, însă trebuie să denote o redactare chibzuită minimală. În zilele noastre nu mai sunt la modă studiile cu caracter de manuscris, redactate cu spaţiu dublu între rânduri.

Nu este indicat ca studiul sociologic – asemănător părţilor de lucrare cu caracter arhitectonic – să conţină poze sau ilustraţii. Datorită pozelor plasate ca ilustraţie, de obicei, gândurile cititorului rătăcesc în altă parte, în loc de acest lucru este indicat să facem mai multe fotografii despre o temă şi să anexăm întreaga colecţie de fotografii la apendice. Pentru acest lucru însă, studiul în formă tipărită este potrivită doar parţial, o astfel de documentaţie cu imagini poate fi o caracteristică specifică a textelor electronice şi a altor instrumente.

Totuşi vizualitatea, adică imaginea ca atare, poate avea un rol important în transmiterea mesajului. Este indicat, dincolo de faptul că le prezentăm în text, ca propunerile să fie prezentate şi pe figuri liniare, sau hărţi de concepţie, iar datele statistice mai importante să fie publicate într-o formă grafică, uşor de înţeles. Datele numerice ale tabelului în totalitatea lor nu trebuie incluse în studiu, ci – într-un mod uşor de re-căutat – în apendicele studiului.

3. *Sinteza directoare*

Sinteza directoare trebuie să conţină toate propunerile şi constatările importante din întregul studiu într-o formă simplificată. Rolul acesteia este să informeze într-un timp foarte scurt pe cel care aduce o hotărâre în legătură cu cele mai importante probleme, în situaţii în care are la dispoziţie doar câteva minute pentru răsfoirea documentului, ca de exemplu înaintea unei tratative. Ca să nu fie nevoie de căutare, aceasta să fie plasată chiar la începutul documentului, înainte de *introducere*.

Sinteza să fie, dacă se poate de două, sau cel mult de patru pagini. Atenţie: sinteza de o pagină poate părea neserioasă! Ca să ajutăm progresarea citirii, să ne redactăm cele de spus în puncte. Referitor la diferitele probleme putem avea, de exemplu, următoarele puncte: titlu, situaţie, problemă, sugestie şi referinţă: locul exact în studiu, unde acestea sunt detailate. Detailarea fiecărei punct poate să se facă printr-o propoziţie. Cercetătorilor la început, le este greu să rezume problemele cercetării, sau sugestiile complexe într-o singură frază; însă pe parcursul cercetării aplicate trebuie să se străduiască să îşi însuşească această aptitudine. Cei care iau hotărârile sunt de părere, că o sugestie care nu poate fi spusă într-un singur enunţ, încă necesită regândire. În capitolul Exerciţii al acestui manual, de exemplu, acesta este motivul pentru care apar exerciţii care încearcă să ne obişnuiască cu redactarea problemelor complexe într-un singur enunţ.

4. *Introducere*

Introducerea nu trebuie să depăşească 2-3 pagini. Scopul acesteia este să clarifice, fără echivoc, celui neiniţiat, ce fel de document ţine în mână. Trebuie să conţină titlul documentului, subtitlul, numele celui care a comandat studiul, respectiv enumerarea celor care au pregătit studiul şi rolul acestora în însărcinare. Să reiese clar, dacă autorul(autorii) studiului şi cercetătorul(cercetătorii) este(sunt), sau nu, aceeaşi persoană; dacă munca a fost divizată, atunci cine, ce sarcină anume a avut. Trebuie să citäm textual din contract obiectul însărcinării, iar după acesta să-l descriem şi pe „înţelesul tuturor". Dacă pe parcursul cercetării, ne-am concentrat oarecum şi pe alte probleme decât cele ce ni s-au cerut contractual, atunci devierea şi motivul acesteia trebuie specificată tot aici. Trebuie să prezentăm, pe scurt, problemele cheie ale cercetări, ipotezele şi modalitatea de testare a acestora.

În forma unor puncte schematice – care însă conţin toate amănuntele - trebuie să prezentăm sursele de date, tehnicile de documentare şi de prelucrare a datelor. Dacă folosim, de exemplu, date statistice trebuie să specificăm exact ce fel sunt şi cum am făcut rost de ele, adică, de exemplu, din baze de date publice, de pe Internet, sau din cercetare în bibliotecă/ repertoriu, sau poate am cumpărat datele. Datele bibliografice ale surselor nu trebuie să le prezentăm aici, ci în Apendice. La fel dacă, de exemplu, efectuăm o cercetare cu chestionare, trebuie să specificăm câte persoane participă, pe baza cărei mostre, cu ce fel de tehnică sunt puse întrebările şi unde se găseşte chestionarul în Apendice.

În introducere să se regăsească schema studiului. Nu este caracteristic ca cel care comandă lucrarea să citească studiul de la început până la sfârşit, de obicei studiază doar părţile actuale în acel moment. Prezentarea studiului este important ca – asemănător *link*-urilor textelor electronice – să ajute cititorul să îşi dea seama unde găseşte un anumit lucru în text.

Ca toate aceste informaţii să încapă în 2-3 pagini trebuie să fim foarte concişi.

5. *Prezentarea generală a aşezării*

Oarecum face parte din tradiţia de dezvoltare teritorială ca studiile – independent de scopul concret al cercetării – să conţină o parte în care este făcută prezentarea generală a aşezării cercetate – care îl introduce pe cititor în cunoştinţele corelaţiilor geografice, istorice, demografice.

În cazul unui studiu ştiinţific ar fi inadmisibil să avem un capitol asemănător. Lucrările ştiinţifice se concentrează asupra problemelor ştiinţifice, iar cu prezentarea condiţiilor climatice, sau cu procesele demografice se ocupă doar dacă acestea sunt indispensabile din punctul de vedere al problemei cercetate.

În cazul studiilor aplicate trebuie să respectăm, într-o oarecare măsură, această tradiţie specifică de scriere a unui studiu, în primul rând datorită faptului că, chiar şi în zilele noastre, acest lucru este o cerinţă din partea consiliilor locale care fac comanda. Chiar dacă nu lux de amănunte, trebuie însă să ne referim şi la istoria aşezării, la condiţiile geografico-naturale, la rolul pe care îl are în regiune, la caracteristici culturale etc. Sociologul, însă, trebuie să îşi cunoască limitele: trebuie să ştie că scrierea istoriei unei aşezări ţine de munca unui istoriograf local, iar pentru prezentarea mediului natural ar fi nevoie de un specialist în geografie, şi aşa mai departe. Sociologul nu poate să efectueze toate aceste părţi ale muncii, el poate să facă doar o analiză a datelor din diferite surse, adică să prezinte ce au scris alţii în această temă.

În studiile moderne părţile descriptive sunt din ce în ce rezumative. S-ar putea ca aceste capitole să dispară definitiv din practica de cercetare aplicată, deoarece raţionamentele foarte amănunţite conclud prea greu la lucrurile principale, împovărându-l de prisos pe cititor. În practică, de altfel, aceste capitole „introductive generale" sunt preluate şi oarecum actualizate din alte studii. Fie că pornim dintr-un studiu preliminar, sau din mai multe studii de specialitate, ori publicaţii locale, trebuie să fim precauţi în ceea ce priveşte sursa. Procedura cea mai corectă este să ne limităm doar la scurta prezentare a conţinutului diferitelor surse de date, dacă este necesar citând textual din documente, după care să prezentăm sursele la care ne-am referit în apendice. Nu trebuie să facem economii în ceea ce priveşte amploarea apendicelor. Prezentarea generală a literaturii şi a aşezării - în acelaşi timp - să nu depăşească o pagină, o pagină jumătate. Titlul subcapitolului să nu inducă în eroare; poate fi, de exemplu: „Imaginea generală a aşezării conform diferitelor surse". Autorul, pe cât posibil, să îşi însuşească textele primite gata făcute în mod creativ, să le mânuiască cu critica cuvenită, să nu preia, de exemplu, contradicţiile de ordin logic.

De imaginea generală a aşezării ţine şi prezentarea hărţii mentale locale. Elementele hărţii mentale sunt, în totalitatea lor, rezultatele culegerii de date sociologice, motiv pentru care prezentării acestora trebuie să dedicăm mult mai mult spaţiu. În cazul unei aşezări mici putem să scriem 10-12 pagini, iar în cazul unei aşezări mai mari chiar 25-30 pagini. Prima dată trebuie să descriem categoriile generale ale hărţii mentale, după care pentru fiecare parte a aşezării trebuie să specificăm cele cinci informaţii care se referă la teren (compară cu cele scrise în capitolul VI, respectiv cu celelalte rezultate ale culegerii de date). Este indicat să tratăm individual problemele care se referă la diferite părţi ale oraşului, prezentând situaţia actuală, problema şi sugestiile de rezolvare ale acesteia, respectiv, unde se mai vorbeşte despre această problemă în studiu. Dacă problema respectivă este specifică unei părţi a terenului şi nu mai apare altundeva în studiu, bineînţeles, nu trebuie să facem asemenea referiri.

Pentru colegii de la sistematizarea aşezării, una dintre informaţiile cele mai importante este dezvăluirea aşa numitelor *funcţii* ale aşezării. Planul structural trebuie să specifice clar că o zona respectivă – de exemplu – va avea, în primul rând, o funcţie rezidenţială, sau va asigura spaţiu unor prestări de servicii, sau este menit să ofere loc construcţiilor industriale. Bineînţeles, pot exista o mulţime de alte categorii pe lângă acestea; de exemplu, în cazul funcţiei de rezidenţă putem să vorbim despre spaţiul locativ cu case familiale, despre un spaţiu locativ cu o densitate mare de populaţie, sau despre un cartier din centrul oraşului cu o funcţie mixtă. Fără efectuarea unui sondaj sociologic, proiectanţii pornesc, în primul rând, de la categorisirea zonală validă actual, ceea ce duce implicit la o reglementare neputincioasă, determinată de reţeaua de drumuri existentă, adică concepţiile anterioare rămân în vigoare, fără nici o critică. Bineînţeles, acest lucru este un dezavantaj în ceea ce priveşte aşezarea deoarece viaţa de toate zilele transformă mai rapid structura aşezărilor, iar planul structural astfel devine un obstacol în calea creşterii/schimbării naturale. Sociologul poate să fie de mare ajutor în cazul în care poate să dezvăluie cum sunt, şi cum doresc să fie folosite pe viitor unele spaţii mentale de către localnici şi(sau) cei care lucrează acolo, respectiv, dacă poate să strângă informaţii privind viziunile potențialilor investitori despre spaţiul respectiv.

La schiţarea unei imagini generale despre aşezare este necesar ca toate problemele pe care nu le-am considerat probleme-cheie să le prezentăm pe scurt – în câteva propoziţii/ paragrafe. În funcţie de situaţia pe moment şi de datele faptice, aceeaşi problemă poate să fie o problemă-cheie în una dintre aşezări, iar în cazul unei alte aşezări să se dovedească a fi o problemă care nu necesită o decizie, nefiind o problemă acută. De exemplu circulaţia locală, învăţământul, bunăstarea populaţiei, încurajarea investiţiilor şi cooperarea regională, toate acestea sunt probleme importante, însă nu este sigur că necesită o decizie rapidă, profundă şi complexă. În asemenea situaţii, deci, – independent de importanţa acestor teme – este suficientă prezentarea lor pe scurt, în partea de introducere generală.

6. *Probleme-cheie*

În cele mai multe cazuri, la începutul cercetării, nu se poate şti (va ieşi la iveală pe parcursul cercetării) care sunt cele mai importante probleme ale aşezării. Mai târziu, cercetarea sociologică trebuie să se ocupe îndeosebi cu nişte probleme/teme care:

- împart părerile localnicilor, şi/sau
- prezintă posibilitatea de conflict, şi/sau
- provoacă opunerea grupurilor care susţin cu precădere interesele locale, şi/sau
- este complexă, adică vizează multe lucruri/persoane, şi/sau
- au consecinţe radicale, şi/sau
- necesită o decizie rapidă.

Într-un spaţiu în care, de exemplu, datorită înviorării economice şi a imigrării masive, comerţul imobiliar este semnificativ, cercetarea pieţei imobiliare va deveni o problemă importantă; unde însă nu se înregistrează o creştere economică şi populaţia este stabilă sau scade, acolo, spre deosebire de alte probleme ale aşezării, putem să prezentăm piaţa imobiliară statică, letargică, doar în câteva fragmente. În zilele noastre, există în unele aşezări probleme care cu regularitate cauzează nişte conflicte. Este aproape sigur că, de exemplu, limitarea circulaţiei auto în spaţiile locative supraaglomerate va cauza o situaţie de conflict între pietoni, biciclişti şi conducători auto, care este în relaţie, printre altele, şi cu situaţia financiară a unor grupuri sociale.

Închiderea şcolilor cu un număr mic de elevi într-o aşezare necesită o investigaţie temeinică şi o decizie chibzuită; această decizie economiseşte consiliului local nişte fonduri,

însă lichidează locuri de muncă intelectuale, îndeamnă familii cu copii care se mută, numărul copiilor scade, iar acest lucru poate să aibă consecinţe negative ireversibile în aşezările mici; aşezarea poate deveni un sat îmbătrânit etc.

La fel se poate întâmpla ca, de exemplu, problemele serviciului sanitar, traficul care trece prin aşezare, recalificarea, stimularea întreprinderilor, sau cooperarea regională (sau orice altceva) să fie considerată o problemă-cheie; respectiv pot să se dovedească de o importanţă mai mică, în relaţia specificităţii de teren.

Când tratăm problemele-cheie nu există un obstacol de amploare, studiul trebuie să conţină toate punctele de vedere importante. În practică 8-10 pagini sunt de ajuns la tratarea unei probleme.

Tratarea diferitelor probleme poate să conţină următoarele puncte:

- expunerea situaţiei;
- problema: elementul care necesită o luare de decizie, ori prezintă o sursă de conflict;
- unde se află liniile de efracţie ale diferenţei de opinii; care grupuri sociale sunt de aceeaşi părere; care stau în opoziţie unul cu celălalt în abordarea temei;
- sugestii;
- unde mai apare problema respectivă în studiu.

La redactarea sugestiilor este indicat să elaborăm mai multe alternative, marcând în cazul fiecărui scenariu:

- avantajele;
- dezavantajele;
- influenţele de scurtă şi de lungă durată, incluzând şi influenţele indirecte – colateralele;
- păgubaşii sociali şi modul de compensare ai acestora;
- planul comunicării sugestiei etc.

Datele care au fost culese cu diferite tehnici de cercetare trebuie să le prezentăm grupate conform problemelor de cercetare şi nu conform documentaţiei. Acest lucru înseamnă să nu avem, de exemplu, un capitol ca „Rezultatele cercetării cu chestionar" sau „Rezultatele interviurilor luate". Cel care comandă lucrarea nu este interesat de ce se poate citi din statistici şi interviuri, ci care sunt răspunsurile la întrebările date. În legătură cu unele teme (serviciul sanitar, circulaţie, învăţământ, piaţa imobiliară) însă putem şi chiar trebuie să ne referim la impresiile pe care le-am avut pe baza interviurilor şi a observaţiei participative, la ce indică rezultatul cercetării cu chestionar în ceea ce priveşte divizarea opiniei publice, la cele ce se pot desluşi din datele statistice referitoare la tema respectivă.

La prezentarea datelor statistice să fim conştienţi de faptul, că dacă cel care comandă lucrarea ar putea şi el să interpreteze tabele statistice, probabil nu ar comanda această lucrare de la un sociolog. Nu este o metodă bună dacă înghesuim o sumedenie de tabele statistice în textul scris; în text trebuie să includem doar cele mai importante date, celelalte să le prezentăm în anexe. Filtrarea, selectarea datelor este o sarcină importantă a cercetătorului. Trebuie să procedăm astfel încât datele prezentate să fie uşor de citit: în loc de tabele să folosim diagrame circulare, sau coloane care sunt mai uşor de înţeles. Valorile concrete (şi nu doar dispersia lor procentuală) să poată fi căutate în forma unui tabel în apendice.

În cele mai multe cazuri datele locale merită interpretate în comparaţie regională, sau micro-regională. Consiliile Locale – de cele mai multe ori - îşi apreciază propriile realizări în raport cu aşezările din împrejurimi.

Când sociologului, conform însărcinării, i se cer în mod expres prognoze, anticipări, de exemplu aprecierea proceselor demografice şi de şcolarizare, să încerce să le onoreze pe acestea, dar în acelaşi timp să specifice clar în ce măsură se poate încrede în aceste prognoze.

Prezentarea orală

Rezultatele de cercetare ale participanţilor la cercetarea unei aşezări trebuie prezentate şi oral, în cadrul unui forum al locuitorilor, al unei ședințe a consiliului local, sau cu alte ocazii. În loc de descrierea amănunţită a acestui lucru recomandăm în atenţia cititorului cartea lui Katalin Szabó[15] (2002). În acest subcapitol prezentăm doar diferenţele aproape neglijabile dintre conferinţe şi prelegerile cu scop aplicativ.

Din punctul de vedere al duratei, conferinţele cu scop ştiinţific sunt, de obicei, mai lungi; însă în şedinţa consiliului local, sau la un forum al locuitorilor sunt apreciate mai ales introducerile concise şi frapante, care lasă timp suficient pentru clarificarea problemelor apărute. Din această cauză prezentarea să nu fie mai lungă de 10-15 minute. În acest timp trebuie să formulăm pe scurt şi concis problemele-cheie şi sugestiile pe care le-am prezentat în studiu, la fel cum am făcut în cadrul sintezei directoare în scris.

Pe parcursul prezentării, publicul, de cele mai multe ori, nu se aşteaptă la „raportul de cercetare", ci la rezultatul final, la răspunsul dat la problema care s-a ivit în cazul acelei teme. Sursele de informaţie şi tehnicile de cercetare trebuie doar amintite pe scurt; însă dacă cineva ne pune o întrebare: pe ce ne bazăm constatările atunci putem, bineînţeles, să prezentăm şi metodele de cercetare.

Sugestiile trebuie făcute într-o formă concretă şi clară. În cazul în care nu putem să redactăm o sugestie, este indicat să punem o *întrebare* auditoriului, precizând că după prezentare le cerem cooperarea pentru a găsi răspuns la problema respectivă.

Este adevărat mai ales în cazul prezentării orale, dar şi în cazul prezentării scrise, că aceasta poate să conţină doar o parte din cunoştinţele noastre. Emiţătorul este liber să aleagă temele pe care le va prezenta pe parcursul prelegerii. Alegerea sa structurează, în mare măsură, gândirea receptorului - auditoriului; simplu spus, probabil se vor aborda temele pe care prezentatorul le alege. Se întâmplă rar ca auditoriul să pună întrebări în legătură cu teme care nu au fost discutate. Studiile orale şi cele în scris sunt, în principiu, două genuri diferite. Studiul scris deşi trebuie să fie inteligibil, nu este necesar să fie amuzant. În cazul prezentării orale trebuie să ţinem trează atenţia auditoriului, deoarece numai aşa putem să transmitem mesajul. Este indicat să trezim interesul auditoriului cel puţin de două ori pe parcursul prezentării, la început şi la sfârşit, înainte de a trage concluziile, cu un citat, un aforism, observaţie amuzantă care se potriveşte temei.

Folosirea elementelor studiului scris pe parcursul unei prezentări orale nu poate trece „nepenalizată". Chiar şi cele mai bine scrise texte profesionale sunt neîndemânatice, dacă le citim cuvânt cu cuvânt; este mai indicat să improvizăm pe baza unor notiţe. Nu este voie să proiectăm textul sau tabelele studiului. Este voie să proiectăm doar elemente vizuale, de exemplu diagrame sau figuri.

Datorită timpului scurt pe care îl avem la dispoziţie trebuie să facilităm înţelegerea mesajului nostru cu cât mai multe elemente vizuale. Proiecţia este posibilă în toate sălile de

[15] Szabó Katalin 2002: Kommunikáció felsõfokon.(Comunicare la nivel superior) (ediţia a doua completată şi prelucrată) Budapesta: Kossuth.

şedinţă ale consiliilor locale, iar în multe locuri este posibilă şi proiecţia de pe calculator. Pentru a sprijini ceea ce spunem, să folosim ilustraţii, care pe baza unor icoane, prezintă firul raţionamentului; curbele grafice, de exemplu.

Mulţi cercetători se feresc să folosească elemente vizuale, deoarece le este frică că acestea vor fi considerate complicate. În realitate, caracterul ilustrativ pe de-o parte accelerează, pe de altă parte face mai uşoară recepţia mesajului. Însă, aceste ilustraţii nu ar fi bune, neapărat, în cazul unui studiu scris, tipărit. O caracteristică specifică a ilustraţiilor este, că fără informaţii suplimentare nu pot fi înţelese, sau pot fi înţelese greşit. În cazul documentelor scrise nu poate fi controlat dacă cititorul citeşte, sau nu textul care completează ilustraţiile, astfel nici faptul cum va interpreta cele văzute (citite). Recomandăm ca fotografiile să fie folosite cu grijă. Unele fotografii scoase la întâmplare nu pot fi documentaţii, doar ilustraţii, ceea ce poate să ducă la formarea unei imagini unilaterale în rândul auditoriului.

Să lăsăm timp pentru întrebări. Răspunsurile date la întrebările publicului ajută, în mare măsură, la eliminarea dubiilor, suspiciunilor. Dacă nu puteţi să răspundeţi la o întrebare – liniştiţi-vă: după trei-patru luni de cercetare intensivă a unei aşezări, de obicei, *puteţi* să răspundeţi la toate întrebările – atunci să mulţumiţi pentru întrebare şi să precizaţi că răspunsul necesită mai multă cercetare; acest răspuns vă strică credibilitatea mult mai puţin decât dacă aţi da un răspuns improvizat, necugetat.

O metodă de interpretare considerată nouă: textul electronic

În zilele noastre este firesc ca toate studiile trebuie predate celui care comandă lucrarea atât în câteva exemplare tipărite, cât şi în formă digitală (pe dischetă, CD, sau în e-mail). Puţini sunt cei care se gândesc la faptul că studiul digital şi cel tipărit nu ar trebui să fie neapărat în conformitate unul cu celălalt, deoarece ar putea fi folosit şi ar trebui folosit în scopuri diferite.

„Menirea" textului tipărit este să fie studiat de câţiva profesionişti şi(sau)persoane care iau deciziile, iar după o anumită fază decizională să îl arhiveze; eventual îl vor mai răsfoi o dată înainte de luarea unor următoare decizii. Varianta electronică a textului este necesitată pe considerentul, că dacă dintr-un motiv oarecare studiul trebuie prelucrat – de exemplu, pe baza documentului utilizând amănuntele acestuia se execută un plan de dezvoltare, se scrie un proiect – atunci din textul electronic se pot prelua cu uşurinţă elementele necesare.

Textul electronic, însă, este potrivit pentru mai multe şi mai variate lucruri decât studiul tipărit. În cele ce urmează, pe baza celor scrise de Sarah Pink[16], respectiv pe baza experienţelor mele proprii, trec în revistă, când şi cum poate fi folosită această tehnică de interpretare pe parcursul cercetării aplicate a unei aşezări.

Diferenţele dintre textul electronic şi cel tipărit sunt prezentate în tabelul de mai jos:

Text tipărit	***Text electronic şi hipermedia***
Poate fi citit secvenţial (continuu)	Poate fi citit în mod ramificat în funcţia intereselor individuale
Ordinea de referire este condiţionată	Ordinea de referire este necondiţionată
În principiu lungimea este limitată	În principiu nu există limite de amploare
Rolul elementelor vizuale este foarte limitat	Are un caracter vizual
Este exclus rolul elementelor auditive	Elementele auditive joacă un rol important
Face posibilă o comunicare unilaterală	Oferă posibilitatea comunicării interactive

[16] Pink, Sarah 2001: Doing Visual Ethnography. Images, Media and Representation in Research. London, Thousand Oaks, New Delhi: SAGE.

Text tipărit	*Text electronic şi hipermedia*
Este un gen conservativ al cărei caracteristici mai importante sunt neschimbate de mult timp	Este un gen nou ale cărei caracteristici sunt în formare
Presupune că documentul va fi citit de către cititor cu răbdare până la final	Presupune că cititorul este nerăbdător, interesul lui trebuie ţinut treaz în fiecare moment
Publicul este limitat	Publicul este, în principiu nelimitat
Poate fi transmisă doar pe cale fizică	Poate fi transmis pe cale fizică şi electronică, respectiv pe Internet

Diferenţele de mai sus oferă nişte posibilităţi noi, care pot fi exploatate pe parcursul interpretării rezultatelor cercetării unei aşezări.

Rapoartele cercetărilor sociologice, de obicei, conţin mult mai multe informaţii decât câte ar putea fi prelucrate de cei care iau deciziile. Cele mai multe decizii sunt luate pe baza sintezei directoare de câteva pagini. Dificultatea este cauzată, nu în ultimul rând, de faptul că studiul tipărit este greoi. Conform ordinii de referire stricte, condiţionate, părţile de conţinut trebuie puse la începutul, iar anexele care susţin afirmaţiile şi-ar avea locul la sfârşitul textului. Deşi, în principiu, în capitolele următoare ale studiului precum şi în anexă există informaţii destule, în practică cititorilor nu le place să răsfoiască studiul - indiferent de genul lui. Textul tipărit este potrivit mai ales pentru citire continuă.

În cazul textului electronic continuitatea devine inutilă. Se poate referi la diferitele pagini în moduri diferite şi cititorul poate să urmeze diferitele referiri, poate să conecteze în ordinea dorită mesajele textului. Problemele-cheie pot fi căutate individual. Modul de a găsi „anexele" va deveni evidentă şi mai rapidă. Cititorul nu iese din ritm, ceea ce uşurează şi face mai rapidă înţelegerea.

Textul electronic poate avea „un final deschis", mai mult decât atât, în cele mai multe cazuri are un final deschis; dintr-un document pot să conducă *link*-uri directe la baza de date, sau la studii din toată lumea care tratează aceleaşi probleme, sau la celelalte documente ale aşezării, eventual la alte scrieri ale autorului respectiv. Observaţiile cititorilor care se referă la unele documente pot fi adunate, deschise, sau pe baza acestora pot fi actualizate de multe ori de pe Internet.

Textele electronice, în principiu, nu au o barieră de amploare, în practică bineînţeles, trebuie să avem în vedere unele limite de dimensiuni, însă nu încape îndoială că pe un CD încape mult mai multă informaţie decât cât am putea să tipărim.

Ne-am referit, deja, pe scurt la faptul că în cazul textelor tipărite, sau în cazul prezentării orale trebuie să avem grijă cum folosim elementele vizuale, în primul rând fotografiile; puţine fotografii pot să îl inducă în eroare pe cititor, o mulţime fotografii, adică o documentare de fotografii care tinde spre totalitate nu poate fi amplasată în cadrul unui studiu tipărit. Un text electronic, însă – mai ales datorită flexibilităţii de amploare – poate să-şi permită o prezentare circumspectă de documentare vizuală.

Referitor la ilustraţiile care vin în ajutorul explicaţiilor (pictograme) am afirmat până acum, că ajută în mare măsură recepţia expunerii orale, însă în texte tipărite hârtia nu „vorbeşte de la sine", din această cauză trebuie să o utilizăm în mod precaut, gândindu-ne şi la cei care nu citesc explicaţiile. Textul electronic, însă are un caracter vizual, unde ilustraţiile au, deseori, un rol mai important în transmiterea mesajului decât textele. Înţelegerea este ajutată doar într-o măsură mai mică de textele explicative, putem să ne bazăm într-o măsură mai mare pe puterea de explicaţie a ilustraţiilor interactive, sau animate. Un rol important îl pot avea şi elementele sonore care dau nişte explicaţii.

Publicul ţintă al studiilor tipărite este limitat: rezultatele cercetării unei aşezări sunt citite mai ales de membrii corpului de deputaţi ai consiliilor locale şi de oamenii care sunt interesaţi de punerea în practică a acestora. Deşi, şi ei pot să utilizeze textele electronice, mai mult decât atât, un CD interactiv poate să ţintească acelaşi public ca şi studiul tipărit. Un avantaj enorm al textelor electronice este, însă faptul că publicul care îl citeşte poate să fie cu mult mai mare, prin Internet, sau e-mail poate să ajungă la mulţi oameni, de exemplu la organizaţii civile, întreprinzători sau la mari grupuri ai populaţiei care au la dispoziţie Internetul, într-o formă direcţionată sau nedirecţionată.

Cu prilejul redactării suprafeţelor menite pentru Internet, sau CD, trebuie să avem în vedere faptul că oamenilor, de obicei, nu le place să se uite la ecran mai mult decât este necesar. Atenţia cititorului trebuie menţinută încontinuu, de exemplu, cu elemente interactive, întrebări la care poate răspunde, cu recomandarea unor *link*-uri. Pentru diferitele metode de redactare stau la dispoziţia noastră, în prezent mai ales idei şi nu reţete gata făcute. Textul electronic este un gen cu caracter de noutate, ale cărui caracteristici mai importante sunt în plină formare.

Trebuie să atragem atenţia şi asupra celor mai importante pericole ale textului electronic: pe baza diferitelor modalităţi de descifrare, fiecare cititor va avea o părere personală pe baza documentului; datorită diferenţelor de percepţii ale cititorilor, textele electronice nu sunt, de obicei, potrivite pentru pregătirea deciziilor. Autorul nu poate să verifice în aceeaşi măsură, ca şi în cazul altor forme de interpretare, cum este interpretat textul său de către cititor; este grea prevenirea unor posibile neînţelegeri.

Textele electronice ridică nişte probleme de etică specifice. În timp ce în cazul textului tipărit putem să scriem şi informaţii oarecum confidenţiale, destinate unui public mai restrâns, în cazul textului electronic niciodată nu putem să excludem pericolul ca textul să iasă de sub controlul grupului ţintă şi unele părţi să fie afişate pe Internet. Publicarea informaţiilor confidenţiale este şi răspunderea autorului în toate cazurile, din această cauză textele electronice trebuie făcute astfel încât, să nu conţină informaţii confidenţiale sau împovărătoare referitoare la nici un individ, respectiv la nici un grup social identificabil.

Accesarea diferitelor informaţii cu ajutorul Internetului creează posibilităţi pentru rescrierea acestora şi variantele rescrise pot apărea şi ele repede pe Internet. Deşi, bineînţeles, falsificarea documentelor nu este legală, este mai bine dacă autorul se pregăteşte pentru astfel de posibilităţi, de exemplu clarificând şi afişând, fără echivoc, drepturile de autor în mai multe locuri în cadrul documentului, având grijă ca marcarea „copyright" să apară pe toate elementele vizuale, adică pe toate fotografiile, ilustraţiile sau animaţii flash. Bineînţeles, aceste inscripţii pot fi şterse, însă în acest caz poate fi demonstrată rea credinţa falsificatorului.

Filmul monografic şi filmul pregătitor de decizie

În cele ce urmează, conform celor scrise de Sarah Pink[17] (2001), respectiv bazându-mă pe experienţele mele proprii, încerc să trec în revistă posibilităţile filmării pe parcursul cercetării unei aşezări.

Scrierea lui Sarah Pink prezintă bazele teoretice ale abordării antropologiei vizuale; această scriere a fost trimisă de cercetătoare anume pentru manualul nostru, deşi mai devreme, sau mai târziu va apărea probabil şi în limba engleză.

[17] Pink, Sarah 2001: Doing Visual Ethnography. Images, Media and Representation in Research. London, Thousand Oaks, New Delhi: SAGE.

Mesajul studiilor de impact, de multe ori, nu ajunge la conducătorii responsabili şi la locuitori, deoarece puţini sunt cei care pot să îşi facă timp pentru citirea, interpretarea bazelor de date de 80-100 de pagini. Partenerii nepregătiţi, de multe ori, se avântă în dezbateri fără sfârşit. În timp ce, în zilele noastre, tot mai puţini sunt oamenii care au timp să citească, comunicarea prin intermediul *imaginilor cinematografice* încă câştigă teren. Filmul pregătitor de decizie este o metodă relativ nouă. Un film de scurt metraj de 10-15 minute este potrivit pentru prezentarea nuanţată, din variate puncte de vedere a unei situaţii decizionale, în acelaşi timp este uşor de înţeles şi de prelucrat pentru spectator. Dacă o conferinţă sau o ședință a consiliului local începe cu proiectarea unui film de scurt metraj, se poate exclude faptul ca participanţii să nu fie informaţi despre problemă, cel puţin la nivelul celor văzute, sau auzite.
Un astfel de film – pregătitor de decizie - poate fi prezentat de exemplu:

- la o şedinţă, conferinţă a consiliului local sau a comisiei de specialitate;
- la prezentări ţinute pentru organe, oficii emitente de proiecte;
- poate fi accesat pe pagina de Internet al consiliului local;
- în programul televiziunii locale, forumul populaţiei;
- poate fi expediat prin poştă în forma unui CD, sau a unei casete video potenţialilor investitori.
-

Pregătirea filmelor este indicată, mai ales, în cazurile în care timpul dintre realizarea documentelor scrise şi luarea unei decizii este scurt, sau decizia trebuie luată de mai multe persoane, eventual decizia afectează un larg segment social, ca de exemplu:

- în cazul pregătirii unui plan de structurare, sau de reconstrucţie - pentru includerea populaţiei şi a unor grupuri de interes;
- pentru clarificarea scopurilor unor proiecte, pentru convingerea partenerilor străini şi a instituţiilor din ţară;
- pentru ca scopul programului de cooperare din microregiuni să fie pe înţelesul tuturor;
- la pregătirea unui program de stimulare a investiţiilor locale, sau la pregătirea unui program social.

Celălalt gen de film care poate fi pregătit pe parcursul cercetării aplicate a unei aşezări este filmul monografic; acesta este, de fapt, reformularea vizuală a monografiilor scrise anterior. O caracteristică specifică a acestora este, că în timp ce monografiile unei aşezări, lucrările care ţin de istoria locală au urmărit, în primul rând, tradiţiile aşezării, filmele care se referă la aşezări urmăresc mai ales tradiţiile antropologiei vizuale şi a filmării etnografice, respectiv practica amatoare şi de înregistrare pe video a diferitelor evenimente, tinzând mai ales spre imortalizarea evenimentelor ieşite din comun sau chiar a vieţii de zi cu zi.

Importanţa filmului monografic este incontestabilă; o monografie filmată adânceşte identitatea locală şi întăreşte sentimentul de comunitate, şi între timp poate să atragă atenţia asupra unor probleme actuale ale aşezării, asupra soluţionării acestora şi asupra activităţii consiliului local. Trebuie să atragem atenţia şi asupra pericolelor: poate să încingă spiritele într-o măsură mai mare decât textul scris, apariţia de facto pe ecran a „personajelor" şi soarta filmului ridică nişte întrebări etice.

Filmul este un canal de comunicaţie unilaterală, care datorită eficacităţii sale poate fi un instrument important al comunicării de marketing al aşezării. Imaginea şi sunetul care stimulează în acelaşi timp două dintre simţurile noastre, poate avea o putere mare de influenţare. Această deosebită forţă de influenţare ridică şi probleme de etică: ca orice tehnică de interpretare şi filmul poate fi un bun instrument pentru scopuri bune, respectiv un instrument eficace pentru atingerea unor ţeluri rele.

În mod caracteristic oamenii, de obicei, sunt tentaţi să creadă tot ceea ce văd şi aud, astfel scenele de film văzute rămân doar rar fără o influenţă. De fapt, este mai uşor „să trişăm" cu ajutorul unui film, decât cu un text scris: alegerea textelor de interviu, redactarea materialului sonor, sau imaginile prezentate, toate influenţează spectatorul în mare măsură; iar un montator cu rutină poate să compună din cele mai multe înregistrări imagini cu aproape orice atmosferă. Mai mult, situaţiile văzute/spuse pot fi recăutate mai greu, decât în cazul studiului scris, deoarece filmul nu are anexe şi referiri (în afară de secvenţele de filme amplasate în texte electronice). Rezumând, depinde de ţinuta morală al celui care face filmul, ca acesta, ca şi o unealtă, va fi folosit în moduri şi în scopuri etice, sau nu.

Comunicarea, urmărirea şi evaluarea

Odată cu predarea rezultatelor cercetării munca cercetătorului – în sensul strict - a luat sfârşit; însă, în realitate, după acesta există încă trei faze de lucru pe parcursul cărora este inevitabil nevoie de fructificarea experienţelor de sociolog. Prima fază de lucru este *comunicarea* rezultatelor către societate. Deşi acest lucru ţine, în primul rând, de sarcina specialistului în marketingul aşezării, totuşi experienţele locale şi rezultatele cercetătorului pot fi utilizate foarte bine în procesul comunicării de marketing. Pe baza rezultatelor cercetării sociologice putem să definim grupurile ţintă ale comunicării (la cine să se adreseze consiliul local, respectiv cel care comandă studiul), cum, prin ce fel de canale să ţină legătura, care să fie mesajul, respectiv la ce fel de ecou social se poate aştepta.

Fazele de lucru cunoscute în limbajul de specialitate, mai ales ca *monitorizare* şi *evaluare* sunt de asemenea faze de lucru de după terminarea cercetării şi predarea rezultatelor. În practică – încă - este foarte rară urmărirea şi evaluarea, atât a vieţii „ posterioare" a unei cercetări ştiinţifice, cât şi a unei cercetări aplicate. Ne putem aştepta la faptul că rolul urmăririi şi a evaluării va creşte rapid în viitorul apropiat întru-cât percepţia europeană tinde spre concluzia conform căreia unele proiecte de dezvoltare pot fi considerate terminate odată cu evaluarea rezultatelor.

Cuprins

I. Introducere 5
Cercetarea de teren 6
Cercetarea teritorială şi a aşezărilor umane ca o știință aplicată 6
Cui i se adresează cartea? 7
Umplerea lacunelor 7
Despre simplificare 8
Structura cărţii 8
Capitolele cărţii 9

II. Îmbinarea tehnicilor de cercetare calitativă şi cantitativă 11
Introducere 12
Tehnici de cercetare pe o axă calitativă-cantitativă 12
Fidelitate şi validitate în sociologie 15
Caracteristici specifice terenului şi comparabilitate în antropologie 17
Tehnici calitative-cantitative: succesiune şi coordonare 18
Mersul cercetării aplicate pe teren 20

III. Observaţia participativă 25
Introducere 26
Istoria teoriei 26
Observaţia din exterior şi din interior 30
Probleme de etică 30
Abc-ul observaţiei participative 31
Studii de caz şi exemple 32

IV. Interviu cu focus-grup 43
Introducere 44
Istoria teoriei 44
Când este indicată efectuarea unei cercetări cu focus-grup? 46
Probleme de etică 47
Focus-grupul în practica cercetării 48
Abc-ul focus-grupului 48
Studii de caz, exemple 57

V. Interviul, chestionarul şi culegerea bazelor de date –
într-un mod apropiat terenului 59
Introducere 60
Aplicarea metodelor calitative într-un mod apropiat terenului 60
Interviul în adâncime ca o tehnică de interviu 61
Interviul pe parcursul cercetării unei aşezări 63
Chestionar flexibil şi apropiat terenului 65
Probleme de etică 68
Abc-ul redactării unui chestionar flexibil 70
Culegerea şi analiza bazelor de date statistice pe teren 75

VI. Redactarea hărţii mentale 79
Introducere 80
Hărţi obiective nu există! 81
Interferenţe (crosstalk-uri): noţiunea de cartografiere cognitivă
în diferite discipline 85
Istoria teoriei 87
Culegerea şi prelucrarea datelor 94
Probleme de etică 100
Redactarea hărţii mentale pe parcursul cercetării aplicate a unei aşezări 101
Abc-ul redactării unei hărţi mentale 102

VII. Analiza de reţea 113
Introducere 114
Istoria teoriei 114
Tehnică sau paradigmă? 115
Analiza de reţea şi a capitalului de relaţie 117
Aplicaţiile ştiinţifice şi practice ale analizei de reţea 119
Analiza de reţea pe parcursul cercetării aşezărilor umane 120
Probleme de etică 122
Abc-ul analizei de reţea 123
Studii de caz, exemple 147
Reţeaua universităţilor interconectate din Bazinul Carpatic, 2002 148
Reţele de opinii: referinţă la legea de film care se pregăteşte, 1997 148
Mic dicţionar de noţiuni în limba română 151

VIII. Interpretare 153
Introducere 154
Abordarea economică, sociologică şi antropologică a interpretării 155
Interdisciplinaritatea cercetării teritoriale aplicate:
caracter antropologic, sociologic şi economic 158
Posibilităţile şi modurile de interpretare 159
Probleme de etică 160
Abc-ul scrierii unui studiu 161
Prezentare orală 167
O metodă de interpretare considerată nouă: textul electronic 168
Filmul monografic şi filmul pregătitor de decizie 170
Comunicarea, urmărirea şi valorificarea 172

The book was first published in Hungary in 2004, then re-published in 2005 and also in 2006. The number of re-published editions within such a short period of time indicates an interest which is rather unusual for a social science textbook, especially when it comes to a seemingly dull topic such as urban development and methodology. According to my opinion the success of the book lies in its ability to explain to readers its relatively complex subject matter in a simple and readable way.

The book's success is further demonstrated by the fact that it is assigned for courses on almost all universities in Hungary. These courses cover a variety of disciplines, ranging from geography through urbanism to my own field, sociology. Furthermore, it is also in use in Romania in the Hungarian language education at the Babeş-Bolyai University in Cluj, at the universities of Oradea and Miercurea Ciuc.

I am certain that this textbook will not only benefit students and researchers in Romania, but will also help to strengthen cooperation and mutual understanding in the two countries.

Szántó Zoltán
vice rector of Corvinus University of Budapest

László Letenyei's exemplary textbook *Applied Social Research Methodology in Urbanism* is a much needed volume, whose publication could not be timelier. It is a real contribution to the European intellectual space and a needed addition to the educational space in Romania. The methodologies are well chosen, covering abroad field, and are very well presented, so that the learner could use them right away. The explanations and the inset examples of real research cases add value to the volume.

Sorin Adam Matei
Associate Professor

ISBN 978-973-595-825-1